

YUISSN 1450-863X GODINA I • BROJ 1-2 / 1999.



EKONOMSKI HORIZONTI

YUISSN 1450-863X GODINA I • BROJ 1-2 / 1999.

EKONOMSKI HORIZONTI

EKONOMSKI
FAKULTET

UNIVERZITETA
SARAJEVA

YUISSN 1450-863X

YU ISSN 1450-863 X

EKONOMSKI HORIZONTI - ECONOMIC HORIZONS

Naučno-stručni časopis Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu
Godina I Kragujevac 1999. Broj 1-2

Izdavač
Ekonomski fakultet
Univerziteta u Kragujevcu
Đure Pucara 3
Tel-fax: 034 370 221
Tel. 370 220; 370 262
E-mail: ekfak@uis0.uis.kg.ac.yu
WWW.kg-cci.co.yu
Žiro račun: 41700-603-3-591

Publisher:
Faculty of Economics
University of Kragujevac
3 Đure Pucara Street
Fax: +381 34 370 221,
Phone: +381 34 370 220; 370 262
E-mail: ekfak@uis0.uis.kg.ac.yu
WWW.kg-cci.co.yu

Za izdavača
Prof. dr Milica Vujičić, dekan

For the Publisher
Prof. dr Milica Vujičić, Dean

Glavni i odgovorni urednik
Prof. dr Radoslav Senić

Editor-in-Chief
Prof. dr Radoslav Senić

Urednik
Prof. dr Verica Babić

Editor
Prof. dr Verica Babić

Redakcioni odbor
Babić dr Verica, Dugalić dr Veroljub,
Đorđević dr Miroslav, Jovetić dr Slavica,
Leković dr Vlastimir, Malinić dr Slobodan,
Marković dr Dragana, Petrović dr Slavica,
Stančić dr Predrag, Vuksanović dr Emilija

Board of Editors
Babić dr Verica, Dugalić dr Veroljub,
Đorđević dr Miroslav, Jovetić dr Slavica,
Leković dr Vlastimir, Malinić dr Slobodan,
Marković dr Dragana, Petrović dr Slavica,
Stančić dr Predrag, Vuksanović dr Emilija

Časopis izlazi dva puta godišnje

Godišnja pretplata: 300 dinara,
za inostranstvo 600 dinara

Tiraž: 100 primeraka

Printing: 100 copies

Štampa:
Čigoja štampa, Beograd
Studentski trg 13-15
e-mail: chigoja@eunet.yu

Printed by
Čigoja štampa, Beograd
Studentski trg 13-15
e-mail: chigoja@eunet.yu

Časopis je registrovan u Ministarstvu za informisanje Republike Srbije
(Službeni glasnik Republike Srbije 36/98)
Časopis ne podleže plaćanju poreza na promet

EKONOMSKI HORIZONTI ECONOMIC HORIZONS

1999.
Broj 1-2

EKONOMSKI FAKULTET UNIVERZITETA U KRAGUJEVCU

EKONOMSKI HORIZONTI

GODINA I

KRAGUJEVAC, 1999

BROJ 1-2

SADRŽAJ

Reč urednika	7
MENADŽMENT	
1. Prof. dr Radoslav Senić ZADRŽAVANJE KUPACA (RETENCIONI MARKETING)	9
2. Prof. dr Vlajko Petković TRANZICIONO LIDERSTVO	29
FINANSIJE I BANKARSTVO	
3. Prof. dr Radoslav Stefanović SAVREMENO FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE: SUŠTINA, OKRUŽENJE I OKVIR	39
4. Prof. dr Emilija Vuksanović EDI, ELEKTRONSKO TRŽIŠTE I INTERNET COMMERC U TRGOVINSKOM CIKLUSU	53
EKONOMSKA TEORIJA I RAZVOJNA POLITIKA	
5. Prof. dr Ilija Rosić NEKA MAKROEKONOMSKA PITANJA ZNAČAJNA U IZUČAVANJU NACIONALNE EKONOMIJE	61
6. Prof. dr Katarina Stanković TOKOVI RAZVOJA SAVREMENE EKONOMSKE MISLI	71
7. Mr Petar Veselinović MAKROEKONOMSKA POLITIKA U USLOVIMA TRANZICIJE JUGOSLOVENSKE PRIVREDE	85
8. Mr Gordana Marjanović EKONOMSKA POLITIKA U IS-LM MODELU	99
MEĐUNARODNI EKONOMSKI ODNOSI	
9. Prof. dr Stevo Kovačević EVROPSKA UNIJA: OD OBRAČUNSKJE JEDINICE DO JEDINSTVENE VALUTE	109
10. Doc. dr Vlastimir Leković GLOBALIZACIJA SVETSKE PRIVREDE - KLJUČNI FAKTORI I NOSIOCI	127
PRIKAZI	
11. Prof. dr Radosav Marinković TRANSFORMACIJA DRUŠTVENOG PREDUZEĆA - SVOJINSKI ASPEKT prikaz knjige	143
12. Mr Vesna Stojanović „UPRAVLJANJE KLJUČNIM ASPEKTIMA TRANSFORMACIJE PREDUZEĆA” prikaz naučnog savetovanja	149

ECONOMIC HORIZONS

YEAR I

Kragujevac, 1999

NUMBER 1-2

CONTENTS

Word of Editor	7
MANAGEMENT	
1. Prof. dr Radoslav Senić CUSTOMER RETENTION (MARKETING RETENTION)	9
2. Prof. dr Vlajko Petković LEADERSHIP IN TRANSITION	29
FINANCE AND BANKING	
3. Prof. dr Radoslav Stefanović MODERN FINANCIAL REPORTING: ESSENCE, ENVIRONMENT AND FRAMEWORK	39
4. Prof. dr Emilija Vuksanović EDI, ELECTRONIC MARKET AND INTERNET COMMERCE IN TRADE CYCLE	53
ECONOMIC THEORY AND DEVELOPMENTAL POLICY	
5. Prof. dr Ilija Rosić SOME MACROECONOMIC ISSUES SIGNIFICANT FOR STUDYING THE NA- TIONAL ECONOMY	61
6. Prof. dr Katarina Stanković FLOWS OF CONTEMPORARY ECONOMIC THEORY DEVELOPMENT	71
7. Mr Petar Veselinović MACROECONOMIC POLICY IN THE CONDITONS OF TRANSITION OF YUGOSLAV ECONOMY	85
8. Mr Gordana Marjanović AN ECONOMIC POLICY IN "IS-LM" MODEL	99
INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS	
9. Prof. dr Stevo Kovačević THE EUROPEAN UNION: FROM THE ACCOUNTING CURRENCY TO A SINGLE CURRENCY	109
10. Doc. dr Vlastimir Leković GLOBALIZATION OF THE WORLD ECONOMY - KEY FACTORS AND BEARERS	127
REVIEWS	
11. Prof. dr Radoslav Marinković TRANSFORMATION OF SOCIAL ENTERPRISE - PROPERTY ASPECT Book Review	143
12. Mr Vesna Stojanović MANAGEMENT OF KEY ASPECTS OF ENTERPRISE TRANSFORMATION Review of Conference	149

Prof. dr Radoslav Senić

Reč urednika

U godini kad Ekonomski fakultet navršava 39. godina uspešnog rada i razvoja pojavljuje se časopis *Ekonomski horizonti* okupljajući iskusne naučnike i stručnjake iz oblasti ekonomskih nauka, nudeći širem čitalačkom sloju otvoren pristup ka raznovrsnim ostvarenjima savremene naučne, ekonomske misli.

Nastao na nesumnjivo plodnom tlu publicističke radinosti na kome je pisana reč dosegla najviše domete, ovaj časopis će se na svom prvom koraku suočiti sa ozbiljnim zadatkom da se pridruži, brižljivo negovanoj bibliografskoj baštini ovog područja.

Ako je nastanak *Ekonomskih horizonata*, a treba da bude, nadogradnja na dosadašnju publicističku produkciju Ekonomskog fakulteta sa brojnim listovima, časopisima, monografijama i udžbenicima izdavanim širom zemlje u najpoznatijim izdavačkim kućama, onda je i budućnost ovog lista jasno predviđena i projektovana.

Hoće li pisana reč pronaći put do čitaoca, kakav sud će izazvati naučna i stručna tumačenja na stranicama novog časopisa, neizbežna su pitanja koja prate njegovu pojavu.

Sada kad Ekonomski fakultet obeležava 39 godina rada i stalnog uspona, kad je sa nekoliko hiljada visokoobrazovanih stručnjaka zaposlenih širom zemlje, najbrojnijom studentskom populacijom i najprivlačnijim obrazovnim smerovima stekao atribut vodeće visokoškolske institucije u sastavu Univerziteta u Kragujevcu, pojavljuje se i časopis *Ekonomski horizonti*. To su istovremeno i odgovori na prethodna pitanja o sudbini opstanka lista.

Koncepcija lista određena i njegovim nazivom, pokazuje u izvesnoj meri i odlučnost izdavača da tematika i sadržaj tekstova obuhvate, približe i protumače ekonomsku misao u svim njenim pojavama, a pre svega u funkciji njene teoretske i praktične primenivosti za šta postoje realni preduslovi, jer Ekonomski fakultet ima kompetentan naučni i nastavnički kadar dorastao takvom zadatku.

Želja nam je da u skladnoj povezanosti sa ukupnom aktivnošću Ekonomskog fakulteta i Univerziteta u Kragujevcu ovaj časopis bude pouzdano štivo u afirmaciji ekonomske nauke i struke, otvoren za kritički, konstruktivan dijalog zasnovan na naučnoj metodologiji, prepoznatljiv po savršenstvu i lepoti jezičkog izraza i po originalnosti naučnih tumačenja.

MENADŽMENT

Dr Radoslav Senić*

ZADRŽAVANJE KUPACA (RETENCIONI MARKETING)

Kratak sadržaj. Zadržavanje kupaca je jedan od najsnažnijih motora uspeha preduzeća. Gotovo bez izuzetka, menadžeri širom sveta shvataju značaj i moć lojalnosti kupaca. Da bi preduzeće ostalo uspešno, menadžeri moraju shvatiti uzroke zbog kojih kupci napuštaju preduzeće i posledice koje će to imati na strukturu troškova i profitabilnost. Zadržavanje kupaca je proces kojim preduzeće uspostavlja i održava poslovne veze sa glavnim grupama kupaca. Te veze treba da stvaraju dodatnu vrednost i za proizvođača i za kupca, a odluka o usluživanju kupca zasnovana je na predviđanju ekonomske vrednosti veka života kupca za preduzeće.

Abstract. Customer retention is one of the great engines of business success. Almost without exception, managers around world recognize the importance and power of customer loyalty. For an organization to remain successful, managers must understand causes of customer defection and the subsequent effect it has on cost structure and profitability. Customer retention is the process by which an organization identifies and maintains a relationship with prime customer groups. Such relationships should add value to both producer and customer, the decision to serve being based on a forecast of the economic lifetime value of the customer to the organization.

1 Strategije kupaca

Pored uspostavljanja snažnih veza sa njihovim partnerima u lancu snabdevanja, preduzeća danas moraju da rade na razvoju snažnijih veza i lojalnosti sa njihovim krajnjim kupcima. Prihvatanjem marketinga koji je orijentisan na kupce tokom 1970-ih i 1980-ih godina, većina firmi je prihvatila da je marketing sektor ili marketing menadžment odgovoran za identifikovanje i interakciju sa *potencijalnim* kupcima. Problem je u tome što te iste upućene firme nisu uspele da povećaju odgovornost

* Redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

marketinga za vođenje aktivne brige za *sadašnje* kupce. Vrlo je verovatno da nijedan poseban sektor ili funkcija nije adekvatno ili u potpunosti sankcionisao pitanje [domaćinske] odgovornosti za sadašnje kupce. Tako sadašnji kupci egzistiraju kao nešto što mnogo liči na pastorče, priznati su ali se uglavnom sami brinu o sebi.

U prošlosti, mnoga preduzeća su gledala na svoje kupce kao na nešto što se samo po sebi razume, prihvatala ih kao svršenu činjenicu. Kupci često nisu imali mnoge alternativne dobavljače ili su drugi dobavljači bili isto tako loši po kvalitetu i usluzi, ili je tržište tako brzo raslo da preduzeća nisu brinula za punu satisfakciju kupaca. Preduzeće je moglo da izgubi 100 kupaca nedeljno, ali je dobijalo drugih 100 kupaca i smatralo svoju prodaju zadovoljavajućom, iako je došlo do [isparavanja kupaca]. Takva preduzeća su verovala da će uvek biti dovoljno novih kupaca da zamene one stare, koji su na neki način oštećeni, uskraćeni. Međutim, to je podrazumevalo visoke troškove, jer 3-5 puta je skuplje steći nove nego zadržati stare kupce.

Stvari su se danas bitno promenile. Obično preduzeće svakih pet godina gubi polovinu svojih kupaca. Razlog koji leži u osnovi odlazjenja mnogih kupaca je jednostavan: kupci nisu bili zadovoljni sa vrednošću koju su dobijali od firme.

Primarna poruka marketinga posle prodaje (*postmarketinga*) je da se uspostave i održavaju odnosi sa sadašnjim kupcima, mada neki upućeniji u marketing danas posežu za prošlim ili izgubljenim kupcima. Filozofija koja motiviše ovaj izvanredan napor je analogna sa filozofijom proizvodnje [bez greške]. U menadžmentu proizvodnje sa nultom greškom, da bi poboljšao proces proizvodnje proizvođač ne može da izučava svoje savršene jedinice; on izučava defektne jedinice. Izgubljeni kupci su greške prodavca. Postoje kupci za koje prodavčev sistem nije uspešan. Da bi poboljšao svoj marketing sistem i proizvode ili usluge, prodavac može da kontaktira (i uči od) izgubljenih kupaca. Njihova mišljenja o prizvodu ili usluzi, sistemu isporuke ili personalu mogu da ponude sadržajnu i objektivniju informaciju nego one koje se dobijaju od sadašnjih, prihvatljivo zadovoljnih kupaca.

Još jedan razlog za kontakt sa izgubljenim kupcima je što se oni mnogi mogu povratiti. Anketa o izgubljenim kupcima, pored sakupljanja dragocenih dijagnostičkih informacija, može takođe da posluži kao input za traženje prodaje putem identifikovanja izgubljenih kupaca sa visokom verovatnoćom ponovne kupovine. Ankete izgubljenih kupaca i programi povratka podsećaju ljude iz marketinga da kupci nisu uvek izgubljeni zauvek (1, str. 215).

Menadžeri prave grešku kada rezultate svojih firmi mere na bazi sadašnjeg profita i prodaje. Današnji profit se ostvaruje od kupaca sa kojima se poslovalo u prošlosti. Dobar današnji profit može privremeno da maskira oštar pad rezultata kupca. Slično, rast prodaje ne mora da dovede do budućih profita, ako novi kupci mnogo koštaju da bi se privukli ili ako nisu lojalni firmi. Posmatrajući samo profit i

prodaju, menadžeri mogu postati svesni postojanja problema tek kada profit i prodaja počnu da opadaju, a onda je to često suviše kasno.

Vrednost – i sutrašnja prodaja i profit – se ostvaruju od današnjih zadovoljnih kupaca, koji žele da nastave poslovanje sa firmom. Tokom nekoliko poslednjih godina obavljena su brojna istraživanja o vrednosti zadovoljnih kupaca i o tome šta determiniše satisfakciju kupca (pregled 1). Vrhunske kompanije danas priznaju da su zadovoljni kupci veoma vredna imovina. Nasuprot, nezadovoljni kupci vrlo brzo mogu da unište poslovanje preduzeća.

Kompanije u čijem se središtu pažnje nalazi kupac priznaju da su njihova jedina prava imovina zadovoljni kupci. Bez zadovoljnih kupaca, imovina prikazana u bilansu je samo staro gvožđe. Ideja o kupcima kao imovini nije čisto filozofska, nego čvrsto ekonomska. Kompanije mogu zaista da izmere vrednost veka života kupaca i procene potencijalne prihode koje će ostvariti.

Nasuprot, kada kupac postane nezadovoljan sa kvalitetom proizvoda ili usluge firme, rentabilnost firme može vrlo brzo biti ugrožena. Ne samo da je izgubljen nezadovoljan kupac, nego studije sugerišu da će on o lošim uslugama ispričati, u proseku, još 14 ljudi.

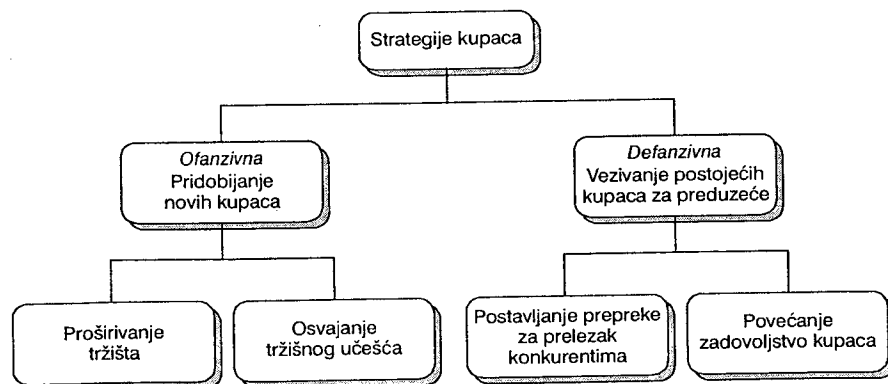
Konsekventno, veoma je važno da se izmeri zadovoljstvo kupaca sa proizvodima i uslugama preduzeća. Sadašnji profiti mere rezultate prošlog poslovanja; satisfakcija kupaca inicira kakvi će biti sutrašnji profiti (2, str. 43).

Pregled 1 ABC_lojalnosti kupaca (2, str. 44)

- * *Lojalni kupci su imovina.* Kupac koji generira profit od £ 1.000 za dobavljača u prvoj godini, verovatno će ostvariti ukupan profit od £ 50.000 ako se zadrži kao zadovoljan kupac tokom deset godina.
- * *Lojalni kupci su profitabilniji.* Oni kupuju više proizvoda kompanije, oduzimaju manje vremena, manje su osetljivi na cenu.
- * *Pridobijanje novih kupaca je skupo.* 3-5 puta je skuplje pronaći novog kupca nego zadržati postojećeg. To su troškovi istraživanja, propagande, prodaje i pregovaranja sa novim potencijalnim kupcima.
- * *Povećanje zadržavanja kupaca.* Prosečna kompanija gubi godišnje 10% svojih kupaca. Studije pokazuju da povećanje zadržavanja od 5% može da poveća profit kompanije 85%.
- * *[Veoma zadovoljni] kupci ponavljaju kupovinu.* Šest puta je verovatnije da će oni ponovo da kupe nego kupci koji sebe ocenjuju samo kao [zadovoljni]. Veoma zadovoljni kupci pričaju drugima (4-5 ljudi) o kompaniji.

- * *Nezadovoljni kupci pričaju drugima.* U proseku oni kažu 14 drugih ljudi. Tako, ako gubitak jednog kupca predstavlja gubitak imovine sa vrednošću tokom veka života kupca od recimo £ 10.000, to može biti samo vrh ledenog brega. Ukupna vrednost može biti 14 puta tako velika.
- * *Većina nezadovoljnih kupaca se ne žali.* Iako pričaju svojim kolegama i prijateljima, samo 4% se potruži da se požali na kompaniju. Na svaku dobijenu žalbu, verovatno je da drugih 26 ima probleme iste vrste, od kojih 6 vrlo ozbiljne.
- * *Zadovoljavajuće rešenje pritužbi povećava lojalnost.* Kada se prigovori uspešno reše, ti kupci nastoje da budu lojalniji od onih koji nisu nikada imali problema.
- * *Mali broj kupaca odlazi zbog lošeg funkcionisanja proizvoda.* Samo 14% kupaca odlazi zbog ovog razloga. Dve trećine odlazi zbog toga što smatra da su ljudi koji pružaju usluge indiferentni ili nedostupni.

Preduzeća koja gube sadašnje kupce malo misle o šteti koja nastaje i o tome da li je bilo nužno vezati kupce za sebe i negovati odnose sa njima. Ova preduzeća ne porede na svestan način dve osnovne strategije kupaca, naime bilo da se ofanzivno stiču novi kupci ili da se postojeći kupci defanzivno vezuju za preduzeće. Grafički prikaz ove dve strategije i varijante njihovog oblikovanja date su na slici 1.



Slika 1 Strategije kupaca (3, str. 8)

2 Troškovi izgubljenih kupaca

Lojalni kupci su najvrednija imovina preduzeća. Studije pokušavaju da izmere vrednost lojalnih kupaca. Ako bi menadžeri znali koliko stvarno košta gubljenje kupaca, onda bi mogli da ocene verovatnu isplativost investicija učinjenih da kupci budu zadržani, srećni i zadovoljni. Nažalost, današnji sistemi računovodstva ne obuhvataju vrednost lojalnog kupca. Jedan od načina dokumentovanja vrednosti lojalnih kupaca je da se proceni povećana vrednost ili profit koji se javljaju sa svakim dodatnim kupcom koji pre ostaje lojalan firmi nego što prelazi kod konkurencije.

Preduzeća moraju da znaju da je u njihovom sopstvenom interesu da vežu kupce za sebe, da posvete dužnu pažnju stopi po kojoj ih njihovi kupci napuštaju (*stopi po kojoj gube kupce*) i preduzmu korake da je smanje. Da bi se procenio red veličina šteta nastalih gubljenjem kupaca, moraju se preduzeti četiri koraka. Prvo, preduzeće mora da definiše i potom izmeri *stopu zadržavanja* i *stopu napuštanja* svojih kupaca. Drugo, preduzeće mora da identifikuje uzroke prelaza kupaca kod konkurenata i utvrdi šta od toga može biti smanjeno ili eliminisano. Preduzeće treba da pripremi distribuciju frekvencije koja pokazuje procenat kupaca koji su prešli iz različitih razloga. Ne može se mnogo uraditi sa kupcima koji napuste region ili sa preduzećima koja su napustila posao. Ali se zato mnogo može uraditi sa kupcima koji su nas napustili zbog lošeg proizvoda, loših usluga ili suviše visokih cena (4, str. 577).

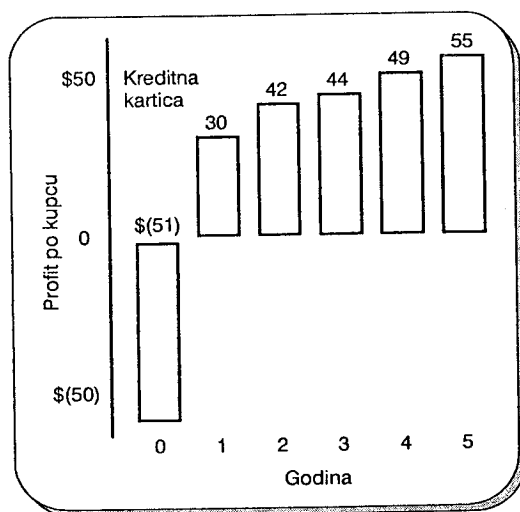
Treće, preduzeće treba da izračuna koliko profita gubi kada njegovi dotadašnji kupci bez preke potrebe pređu kod drugih. Gubljenje kupaca je skup posao. U slučaju individualnog kupca, izgubljeni profit jednak je *vrednosti veka života* kupca – tj. sadašnjoj vrednosti toka profita koji bi preduzeće ostvarilo na kupcu da ga nije napustio pre vremena. Uzmimo primer jednog supermarketa ili robne kuće koji godišnje izgubi 1.200 kupaca, koji su prosečno u tom supermarketu/robnoj kući trošili 5.000 dinara i neka je stopa dobiti bila 15%, onda će izgubljena dobit biti:

broj izgubljenih kupaca	1.200 (100 kupaca mesečno)
x	5.000 (prosečan godišnji prihod po kupcu)
<hr/>	
	6.000.000 (ukupno izgubljeni godišnji prihod)
gubitak dobiti	x 0,15 (stopa dobiti)
<hr/>	
	900.000 (ukupno izgubljena godišnja dobit)

Četvrto, preduzeće treba da izračuna koliko će ga koštati da smanji stopu prelaženja njegovih kupaca kod konkurenata. Ako su troškovi manji od izgubljene dobiti, preduzeće treba da uloži taj iznos da bi smanjilo prelaženje kupaca.

Prodavci mogu na nekoliko načina ostvariti koristi u slučajevima kada uspevaju da zadrže stabilne poslovne odnose sa njihovim kupcima. Najpre, mnogo je skuplje sticanje novih kupaca nego opsluživanje postojećih kupaca. U stvari, troškovi sticanja novih kupaca su 3-5 puta veći od troškova zadržavanja starih, sadašnjih kupaca. Potreban je značajan napor da bi se podstakli zadovoljni kupci da pređu od njihovih sadašnjih dobavljača. Firme koje moraju stalno da vrše zamenu kupaca izložene su višim troškovima marketinga od onih koje održavaju dobre tekuće poslovne odnose sa postojećim grupama lojalnih kupaca. Viša stopa zadržavanja kupaca implicira da treba pribaviti manji broj novih kupaca, tako da manji izdaci marketinga treba da budu alocirani za traganje za potencijalnim kupcima. Dugovečni kupci takođe nastoje da mnogo više i češće troše, konzistentnije naručuju i kupuju nego novi kupci, traže manje usluga i manje su osetljivi na promenu cene.

Brojne ekonomske studije pokazuju da se vrednost kupca za prodavca povećava tokom perioda njihovog poslovanja. Većina prodavaca investira značajne inicijalne iznose za sticanje novih kupaca. Na slici 2 je prikazan primer jedne kompanije za kreditne kartice. Kompanija je obično trošila 51 dolar da bi stekla novog kupca. Zbog toga što je novi kupac u početku koristio karticu samo sporadično, profiti od novih kupaca u prvoj godini nisu pokrivali troškove za njihovo dobijanje. Ali kako je kupac sve više doznavao o mogućnostima korišćenja kartice i bio zadovoljan sa



Slika 2 Koliko profita kupci stvaraju tokom vremena (5, str. 106)

uslugama koje je pružala kompanija kreditnih kartica, upotreba i profitabilnost su se povećali. Profit se povećao od 30 dolara u prvoj na 55 dolara u petoj godini. Za jednu firmu za servisiranje automobila očekivani profit od četvorogodišnjeg kupca više se nego duplirao u odnosu na profit koji je isti kupac stvarao u prvoj godini (25 dolara u prvoj i 88 dolara u petoj godini) (5, str. 106).

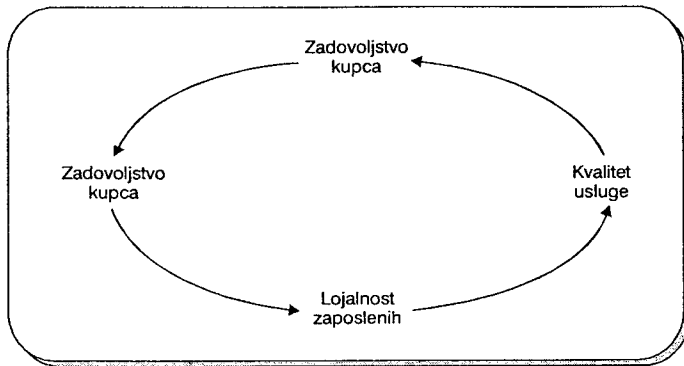
Kako raste kupovina dokazanih kupaca, troškovi poslovanja preduzeća opadaju. Nema potrebe da se neki inicijalno obavljani poslovi sada ponavljaju. I kako preduzeće sve više stiče iskustva u poslovanju sa svojim kupcima, ono ih može još efikasnije opsluživati. Tokom vremena, kada kupci steknu poverenje u usluge koje dobijaju, mogu biti spremni čak i da više plate za tu nego neku konkurentsku uslugu sa nepoznatim svojstvima. Mnogi ljudi će platiti više da ostanu u hotelu koji poznaju, gde su ranije odesali, ili da odu kod lekara u kojeg imaju poverenja, nego da se kockaju sa manje skupim konkurentima. Takva je situacija sa troškovima sticanja i servisiranja kupaca u većini industrija i kategorija.

Postoje i druge, manje konkretne koristi od zadržavanja kupaca. Na primer, oni nude izuzetnu besplatnu propagandu. *Usmena propaganda* nije samo besplatna, ona je na tržištu često uspešnija od plaćene propagande. Zadovoljni kupci su najbolja propaganda za svaki posao i vrlo je verovatno da će usmenim preporukama privući nove kupce u firmu. Stara izreka kaže: [Zadovoljan kupac je naša najbolja reklama]. Kada je proizvod kompleksan i teško ga je oceniti i postoji rizik prisutan u odluci da se kupi – kao u slučaju sa mnogim skupim proizvodima i uslugama – potrošači obično traže savete od drugih koji već poseduju te proizvode. Ako su oni zadovoljni sa tim proizvodom, onda je to najubedljivija propaganda za njegovu kupovinu.

Zadovoljni kupci su spremni često i da plate nešto *višu cenu* (premijska cena) dobavljaču koga poznaju i kome veruju. Zadržavanje kupaca otežava konkurentima ulazak na tržište ili sticanje tržišnog učešća.

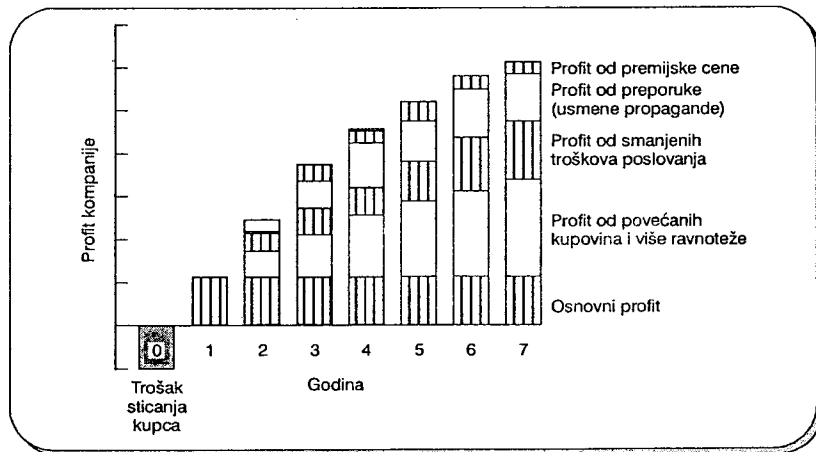
Indirektna korist od zadržavanja postojećih kupaca je *zadržavanje zaposlenih*. Firmi je lakše da zadrži zaposleno osoblje, ako ima stabilnu bazu zadovoljnih kupaca. Ljudi vole da rade za kompanije čiji su kupci srećni i lojalni. Njihovi poslovi ih sada više ispunjavaju zadovoljstvom i spremni su da ulože više svog vremena u pospešivanje postojećih odnosa nego da jure za novim kupcima. U stvari, kupci su zadovoljniji i postaju čak još bolji kupci – pozitivna spirala nagore. Pošto zaposleni ostaju duže sa firmom, kvalitet proizvoda i usluga se poboljšava a smanjuje trošak fluktuacije, povećavajući dalje profit. Zadovoljstvo zaposlenih sa poslom koji obavljaju, kombinovano sa znanjem i iskustvom, dovodi do boljih usluga kupcima; kupci su onda više skloni da ostanu lojalni preduzeću; i kada najbolji kupci i zaposleni postanu deo sistema zasnovanog na lojalnosti, konkurenti su neminovno ostavljeni da prežive sa manje poželjnim kupcima i manje talentovanim zaposlenim osobljem. Slika 3

ilustruje logiku na kojoj počiva zadržavanje kupaca i njene višestruke beneficije za firmu.



Slika 3 Logika koja leži u osnovi beneficija zadržavanja kupaca za organizaciju (6, str. 176)

Iz svih ovih razloga procenjuje se realna vrednost kupca tokom veka njegovog poslovanja sa prodavcem (slika 4). Mada relativni značaj ovih efekata varira od grane do grane, krajnji rezultat je da dugo-ročniji kupci generiraju povećane profite.

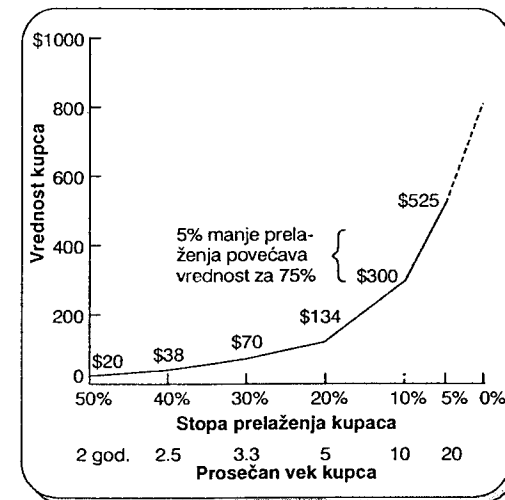


Slika 4 Zašto su kupci tokom vremena profitabilniji (5, str. 108)

Preduzeća svake godine obično gube 15-20% od svoje baze kupaca. Ali kako preduzeće smanjuje stopu po kojoj gubi kupce, prosečan vek života kupaca se produžava, a profiti se čak još više povećavaju. Slika 5 pokazuje supstancijalnu reakciju profita na smanjenje stope prelaza kupaca. Na primer, ako preduzeće sa godišnjom stopom prelaza od 10% smanji tu stopu na polovinu (5%), prosečni životni vek kupca će se duplirati od 10 na 20 godina. Profiti se povećavaju od 300 na 525 dolara itd. Ovo jasno pokazuje kako mala pomeranja u stopi prelaza kupaca preduzeća mogu da izazovu vrlo velike oscilacije u profitima.

Vrednost životnog veka je vrednost koju kupac ili grupa kupaca ima za preduzeće tokom očekivanog životnog veka njihovog odnosa sa organizacijom mereno prema finansijskom doprinosu.

Prema jednom izveštaju, smanjivanjem prelaska kupaca za samo 5%, preduzeća mogu da povećaju profite negde od 25 do 85% (5, str. 110). Smanjenje stope prelaska kupaca za 5% odnosno povećanje stope zadržavanja kupaca za 5% utiče na povećanje neto sadašnje vrednosti kupaca, doduše vrlo različito u različitim tipovima industrija. Tako je uticaj na profit 5% povećanja u stopi zadržavanja kupaca, na primer, rezultirao u povećanju u profitu po kupcu u propagandnoj agenciji 95%, osiguranju života 90%, bankarskim depozitima 85%, publikovanju 85%, osiguranju auta/kuće 84%, servisiranju auta 81%, kreditnim karticama 75%, industrijskoj distribuciji 45% i software 35% (2, str. 53).



Slika 5 Profit kao funkcija trajanja života kupca (5, str. 109)

Razumevanje ekonomije prelaza je na nekoliko načina korisno za menadžere. Pre svega, ona pokazuje da stalno poboljšanje u kvalitetu proizvoda i usluga nije trošak nego investicija u kupce koji generiraju veći profit nego što je marža od jedno-kratne prodaje. Menadžeri, prema tome, mogu da opravdaju davanje prioriteta investicijama u kvalitet usluga u odnosu na stvari kao što su sniženje troškova, za koje su ciljevi mnogo opipljiviji.

Saznanje da su prelazi tesno povezani sa profitima, takođe pomaže da se objasni zašto neka preduzeća koja imaju relativno visoke troškove po jedinici još uvek mogu biti sasvim profitabilna. Preduzeća sa lojalnim, dugovečnim kupcima mogu finansijski da nadmaše konkurente sa nižim troškovima po jedinici i visokim tržišnim učešćem, ali i visokim odlivom kupaca.

Danas istaknute firme nastoje da zadrže svoje kupce. Mnoga tržišta su ušla u fazu zrelosti i nema mnogo novih kupaca koji ulaze u većini kategorija. Konkurencija se povećava, a troškovi privlačenja novih kupaca rastu. Na ovim tržištima, kako je već rečeno, 3-5 puta je skuplje privući novog kupca nego učiniti sadašnjeg kupca zadovoljnim. Ofanzivni marketing obično košta više od defanzivnog marketinga, zbog toga što preduzima veliki deo napora i trošenja na nagovaranje zadovoljnih kupaca da napuste konkurente.

Nažalost, u prošlosti klasična teorija i praksa marketinga pre se usmeravala na veštinu privlačenja novih kupaca, nego na zadržavanje postojećih. Naglasak je bio na kreiranju transakcija, a ne odnosa. Diskusija se pre usmeravala na aktivnosti pre prodaje i aktivnosti same prodaje, nego na aktivnosti posle prodaje. Danas, međutim, sve više preduzeća uočava značaj zadržavanja sadašnjih kupaca.

Na ovaj način, mada se mnogo tekućeg marketinga usmerava na formulisanje marketing miksa koji će da kreira prodaju i nove kupce, prva linija odbrane firme je zadržavanje postojećih kupaca. A najbolji način za zadržavanje kupaca je pružanje visoke satisfakcije i vrednosti kupcu, što ima za rezultat snažnu lojalnost kupaca.

Razumevanje karike između profita i prelaza kupaca pruža smernice za lukrativan rast. Uobičajeno je da preduzeća izgube 15-20% od svojih kupaca svake godine. Jednostavno smanjivanje tog prelaza na pola, više će nego duplirati prosečnu stopu rasta preduzeća. Preduzeća sa visokim stopama zadržavanja kupaca koja žele da idu u ekspanziju putem akvizicije, mogu da kreiraju vrednost kupovinom konkurenata niske retencije i smanjivanjem njihovih prelaza (5, str. 107-108).

Lojalnost kupaca, prema tome, ima svoju cenu. Kako prodavci postaju više upoznati sa idejom o vrednosti životnog veka kupca, počće da ga izračunavaju za sopstvene kupce.

3 Status izgubljenih kupaca

Uprkos troškova i iskrenih napora većine prodavaca da izbegnu gubljenje kupaca, kupci ne ostaju sa prodavcima zauvek. Pa ipak, kada kupci napuste povlastice prodavca, oni predstavljaju realan marketing paradoks. Prodavci će se verovatno složiti da izgubljeni kupci mogu biti izvor dragocenih informacija (npr. šta ih je navelo da napuste dotadašnjeg prodavca), i još, zbog toga što izgubljeni kupci mogu biti smatrani dokazom neuspeha prodavca, može postojati tendencija da se oni prikriju, zaborave ili ignorišu. Na kraju krajeva, mali broj rukovodilaca želi da se konfrontira sa svojim greškama.

Ali prodavac se ne okrivljuje uvek direktno. Kupci će napustiti prodavca zbog nekog od brojnih razloga, od kojih su neki pod kontrolom prodavca, a neki nisu.

U većini slučajeva kupci napuštaju prodavce zbog osećaja nezadovoljstva koji vremenom raste. Većina preduzeća ne propada zbog ogromne greške ili gigantske gluposti. Većina propada zbog toga što vremenom polako gube kontakt sa svojim kupcima. Kao auto-guma, većina preduzeća ne ide u likvidaciju zbog [naglog ispuštanja gume]. Umesto toga imamo sporo ispuštanje vazduha koje ih vremenom ubija. Za uzvrat, ovi kupci postaju indiferentni i otvoreni na mogućnost obavljanja njihovog poslovanja sa novim dobavljačima. A konkurenti su svuda oko nas, vrebajući priliku da iskoriste takvu indiferentnost.

Studija Rockefellerove fondacije o izgubljenim kupcima našla je ove razloge zbog kojih kupci odlaze (7, str. 186):

- * 14% odlazi zbog reklamacija koje nisu obrađene
- * 9% odlazi zbog konkurencije
- * 9% odlazi zbog relokacije
- * 68% odlazi ne navodeći specijalan razlog.

Ako se pogleda ovaj poslednji podatak [bez specijalnog razloga], onda se može zaključiti da kupci odlaze zbog benignog zanemarivanja, zbog toga što ne osećaju nikakvu posebnu vezanost za vaše preduzeće.

Kupci mogu da odu zbog toga što proizvod ili usluga nisu ispunili njihova očekivanja ili zbog toga što je osoba za kontakt bila nepažljiva ili gruba. Kupci odlaze i zbog toga što se preseljavaju ili im je jednostavno neki drugi prodavac ponudio bolje uslove. Najčešći razlozi zbog kojih kupci prestaju da patroniziraju organizaciju su sledeći (8, str. 23-24):

1. *Nezadovoljstvo sa proizvodom, isporukom, instalacijom, uslugama ili cenom.* Sve dok kupac može da oprostí događanje kasne isporuke, netačne isporuke, čak lošeg kvaliteta proizvoda, nije verovatno na današnjem konkurentskom tržištu da će ostati lojalan imajući u vidu ponovljene slučajeve. Povećanje cene može da ima isti efekat, posebno ako kupcu nije bila data napomena dovoljno vremena unapred.

2. *Loša obrada reklamacija.* Ovo je jedna instanca u kojoj jedan incident može da izgubi kupca. Ako kupac oseti da je njegova reklamacija ignorisana, minimizirana ili na drugi način zloupotrebljena, potražiće šansu kod nekog drugog dobavljača.

3. *Neodobravanje promena.* Svaki put kada se izvrši promena u ceni, politici ili prodajnoj operativi, povređeni su odnosi sa kupcem. Neki kupci se zbog toga mogu toliko naljutiti da potpuno prestanu da kupuju.

4. *Nezadovoljstvo sa tretmanom.* Sadašnjim kupci ma se obično ne poklanja pažnja i učtivost koju zaslužuju. Njihova prisnost, familijarnost često dovodi do toga da budu tretirani na neadekvatan (često grub) način. To je glavna greška – svi kupci moraju biti tretirani sa jednakim respektom.

5. *Novi ljudi ili nova politika kod kupaca.* Promene u situaciji kupca mogu da poremete odnos sa prodavcom, bez krivice samog prodavca. Najbolja odbrana je biti oprezn na takve mogućnosti i pokušati da se anticipira i neutrališe njihov uticaj.

6. *Prihvatanje konkurentске ponude.* Nijedan kupac, bez obzira koliko dugo posluje sa preduzećem, nije zagarantovan posle zadnje potpisane porudžbine. Konkurencija je uvek spremna da uskoči i ponekad pridobije kupca.

Ako neka organizacija zna zašto su kupci prestali sa njom da posluju, onda joj to pruža mogućnost da ispravi njeno ponašanje i po mogućstvu povрати kupce.

Da bi kapitalizirali na njihovom konstruktivnom inputu, prodavci treba da tretiraju izgubljene kupce kao mogućnosti za učenje. U tom pogledu, oni nude dragocene informacije koje se mogu upotrebiti za identifikovanje i rešavanje problema pre nego što problemi deluju na mnogo više kupaca.

Neki marketing praktičari vode kampanju protiv gubljenja ijednog kupca. Njihov cilj je da dostignu nultu prelaženje kod drugih dobavljača (5, str. 108-111). Ovo je cilj dostojan divljenja, ali visoko idealistički cilj, nešto što je van dodira sa prekom potrebom realnog sveta. U realnosti, većina kupaca koji pređu kod drugih se ignoriše, a da se pri tome nikada ne postavi pitanje zašto su otišli i da se ne kaže da će oni biti izgubljeni. Više realan i dragocen kompromis za današnje prodavce može da bude da nastoje da to prelaženje kupaca kod konkurenata svedu na najmanju moguću meru, ako već ne mogu da ga eliminišu.

Bilo šta da je navelo nekog kupca da pređe kod drugog dobavljača, to može izazvati mnoge druge da ga slede. Ideja je da se ti prelazi koriste kao signali za rano upozoravanje – da se od onih koji su prešli sazna nešto o tome zašto su napustili preduzeće i da se ta informacija koristi za poboljšanje poslovanja.

Nastojanje da se zadrže svi rentabilni kupci je elementarno. Upravljanje ka nultom prelaženju kupaca je revolucionarno. Baš kao što je revolucija kvaliteta u proizvodnji imala snažan uticaj na kompetitivnost preduzeća, revolucija kvaliteta u uslugama dovešće do novog seta dobitnika i gubitnika. Dobitnici će biti oni koji vode put u upravljanju ka nultim prelazima (5, str. 111).

Ako su sadašnji kupci najproduktivniji izvor dodatnog ili ponovnog posla preduzeća, izgubljeni kupci verovatno predstavljaju drugi najbolji izvor dodatnog posla. Ma koliko to neobično moglo da zvuči, prodaja onim kupcima koji su odbili prodavca može biti mnogo povoljnija sa aspekta troškova nego prodaja onima koji nisu nikada probali proizvode ili usluge preduzeća. Razlozi za to su sledeći (1, str. 220-221):

1. Uz retke izuzetke, kupci generalno ne odbacuju u potpunosti prodavca od kojeg su ranije kupovali proizvode i usluge. Oni mogu trenutno prestati da posluju sa tim prodavcom, ali ostaju i dalje *dostupni i reaguju* na napore prodavca.

2. Raniji ili prošli kupci često zadržavaju osećaj lojalnosti ili afiniteta prema prodavcu. Posle kupovanja marke za brojne cikluse nabavke, ona postaje stari prijatelj i teško je odbiti marku koja se ranije koristila.

3. Izgubljeni kupci su možda otišli zbog toga što su bili razočarani (ne) sposobnošću prodavca da zadovolji njihova očekivanja. Posle prikupljanja performansi od jednog ili više konkurenata, oni mogu biti manje zahtevni ili da više prihvataju vođenje posla na način kako to čini prodavac (uvereni da ni drugi nisu ništa bolji).

4. Prodavac može, pre svega, da ustanovi šta je izazvalo nezadovoljstvo kupca da ga napusti. Ako o tome postoje podaci, prodavac može biti sposoban da povрати kupce putem kontaktiranja sa njima kada se bude ustanovilo u čemu je problem.

5. Identitet i preferencije izgubljenih kupaca su poznati. Iste informacije o potencijalnim kupcima mogu da ne postoje ili da su vrlo skupe za pribavljanje.

4 Programi za povratak kupaca

Programi za povratak izgubljenih kupaca mogu se pojaviti u mnogo formi, od veoma organizovanog, vrlo agresivnog napora, do jednostavnog zadržavanja imena kupca na spisku osoba kojima se šalju publikacije (prospekti, katalogi i slično) da bi mu se pokazalo da nije zaboravljen. Jedna od najvećih grešaka u marketingu je brisanje imena prošlih ili izgubljenih kupaca iz fajla informacija o kupcima. Kada se to uradi, kupci generalno prestaju da primaju bilo kakvu komunikaciju od preduzeća i njihovo nezadovoljstvo sa njim postaje proročanstvo koje se samo po sebi ispunjava kada preduzeće nesvesno prekine sve komunikacije.

Današnja tržišta nekih grana imaju mnoge prodavce koji se bore sa gubitkom kupaca i njihovim povratkom po prvi put. S druge strane, novije industrije, kao što su kablovska TV i celularni telefoni žive sa prelazima kupaca (dezertirima) i prekidom veza od njihovog drugog dana poslovanja. Uspešan napor povratka izgubljenih kupaca sastoji se od tri koraka (8, str. 23-24):

1. *Ispitajte zašto su kupci prestali da kupuju kod vas.* Da bi se planirao uspešan pristup ranijem kupcu, moraju se otkriti razlozi zašto nas je kupac napustio. To može biti nešto što preduzeće može ili ne može da uradi ili to može biti nešto što je van kontrole preduzeća.

Treba detaljno prekontrolisati evidenciju kupca, ispitati datum kada su porudžbine počele da se smanjuju ili su u potpunosti obustavljene i to uporediti sa datumom neke promene u strukturi ili poslovnoj praksi preduzeća ili kod kupaca.

Kada se otkrije razlog za odlazjenje kupca, formulisati prilaz da se on prevaziđe. Na primer, ako je kašnjenje isporuke izgleda indiciralo gubitak, ponovni kontakt sa kupcem treba da naglasi opis novog sistema koji je dizajniran da osigura isporuku na vreme. Ako je konkurent privukao kupca, treba učiniti specijalnu ponudu: uzorci, diskonti, ekstra usluge itd.

2. *Ispitajte sadašnju situaciju kupca.* Nemojte pretpostavljati da se potrebe kupca od pre godinu dana ili šest meseci još uvek apliciraju. Tržište se rapidno menja i možda stvara novu tražnju. Može se promeniti interna situacija kupca: budžeti mogu biti škrtiji, rukovodioci zauzetiji ili revidirane specifikacije.

Takve okolnosti mogu pružiti priliku da se dozna interes kupca. Ponuditi rešenje za novi problem, ideju da se sada koristi i vrlo često kupci će poslušati.

Da bi se formulisala ova vrsta pristupa, nužno je da se zna ko ima autoritet kupovine i koji su oni koji utiču na nabavku. Da bi se došlo do ove informacije pitajte nekonkurentne prodavce i kontaktirajte ostala preduzeća. Neki od kupaca naših kupaca su često izvanredni izvori informacija. Poslovna udruženja i poslovna štampa takođe mogu biti korisni, barem u identifikovanju najnovijih trendova u industriji kupca.

3. *Ostvarite kontakt.* Koji je najbolji put da se stupi u kontakt sa kupcem: pošta, telefon, poseta? Ko treba da ostvari kontakt? Naći odgovor putem pregleda načina na koji kupac preferira da radi. Onda staviti plan napada u akciju.

Uspešna strategija oporavka zahteva identifikaciju mesta grešaka u sistemu putem slušanja kupca. To ne znači samo praćenje pritužbi, nego slušanje i aktivno traganje za potencijalnim izvorima grešaka. Prvo pažljivo saslušati, a onda brzo reagovati – to su ključevi za zadovoljavanje nezadovoljnih kupaca i održavanje kupaca lojalnim.

Zaposleni u prvoj liniji fronta su kamen temeljac za stvaranje lojalnosti. Njihove performanse određuju i oblikuju mišljenja kupaca o vašem preduzeću. Sa stanovišta kupca, najuspešniji oporavak se ostvaruje kada radnik prve linije fronta može preduzeti inicijativu da reši problem na licu mesta. Priznanje problema, izvinjenje, objašnjenje kada je pogodno i rešenje problema su često sve što kupac želi. Ponekad rešenje može biti povraćaj sredstava: detaljisti sa liberalnom politikom povraćaja stvaraju lojalnost mušterija putem refundiranja plaćenog iznosa ili povraćaja pogrešno kuplje-

ne robe, ne postavljajući pitanje. Bilo kakvo da je rešenje, kupci ga žele odmah – ne posle brojnih telefonskih poziva ili šetanja od jedne do druge osobe ili referata. Ako se problem brzo ne reši, on može još brže da eskalira. Ponekad zaposleni mogu da anticipiraju probleme pre nego što se pojave i iznenade kupce sa rešenjem.

Ljudi koji su u neposrednom kontaktu sa kupcima, koji treba brzo da reaguju na potrebe kupaca, moraju biti ovlašćeni da u datoj situaciji iskoriste sve svoje sposobnosti; moraju posedovati autoritet, obično u okviru određenih granica, da neposredno reše problem kupca. Dalje, ne treba da budu kažnjeni zbog preduzete akcije. U stvari, treba da postoji inicijativa koja će podsticati zaposlene da upotrebe svoj autoritet za povraćaj kupaca.

Jedan očigledan, ali često zanemaren, način da se zadrže mušterije je da se pokaže da se oni cene, uvažavaju i zahvalnost za njihov posao. Najpre obavljanjem posla kao što je to i obećano, a onda sa zahvalnošću kupcu za ukazano poverenje da se taj posao obavi, firma može da prevaleti dug put ka zadržavanju individualnih kupaca. Kupci, posebno u situacijama kada su preduzeća u međusobnom kontaktu, žele da im njihovi dobavljači izraze na neki način zahvalnost, lično ili putem telefona, i da ne smatraju da im je posao zagarantovan. Veći uticaj će imati lično obraćanje pismom (sa tačnim imenom i adresom) ili telefonskim pozivom, jer se bezlični pristup u komunikaciji može pretvoriti upravo u suprotno od onoga što se želelo (6, str. 195-196).

Za povratak izgubljenih kupaca treba razmotriti sledećih sedam tačaka (7, str. 201):

1. Postaviti pitanje [Šta možemo da učinimo da povratimo vaš posao?]
2. Pažljivo slušajte šta vam priča kupac.
3. Udovoljite zahtevima kupaca; komunicirajte promene koje ste izvršili. Pitajte ponovo kupca za posao.
4. Budite strpljivi sa kupcem. Budite otvoreni. Setite se, neke rane sporo zaraštaju.
5. Ostanite u vezi sa izgubljenim kupcem.
6. Olakšajte kupcima povratak. Izbegavajte stav [Rekao sam vam tako].
7. Kada se kupac vrati, zaslužite njegov posao svaki dan.

5 Konačni test: rentabilnost kupca

Marketing je, na kraju krajeva, veština privlačenja i zadržavanja rentabilnih kupaca. Prema nekim istraživanjima, odnos najboljih prema ostalim kupcima je 16:1 u maloprodaji, 13:1 kod restorana, 12:1 u poslovima avioprevoza i 5:1 kod hotela/

motela. Pa ipak, svako preduzeće gubi novac na nekim od svojih kupaca. Preduzeća često otkrivaju da su između 20 i 40% njihovih kupaca nerentabilni. Mnoge firme izveštavaju da njihovi najrentabilniji kupci nisu njihovi najveći kupci, već njihovi kupci srednje veličine. Najveći kupci zahtevaju veće usluge i dobijaju najveće popuste, čime smanjuju nivo dobiti preduzeća. Najmanji kupci plaćaju punu cenu i dobijaju malo usluga, ali troškovi obavljanja transakcija sa malim kupcima smanjuju njihovu rentabilnost. U mnogim slučajevima najrentabilnija su preduzeća srednje veličine, koja plaćaju blizu pune cene i dobijaju dobre usluge. Ovo pomaže da se objasni zašto mnoge velike firme, koje su nekada ciljale samo na velike kupce, sada navaljuju na srednje tržište (4, str. 582; 9, str. 52-53).

Kupci se razlikuju po njihovoj atraktivnosti za prodavca. Oni koji kupuju više, veliki korinici, su daleko dragoceniji za prodavca nego mali korisnici. Često demonstrirano putem Pareto pravila, princip 80/20, prodavci uočavaju da je mali deo njihovih ukupnih kupaca (20%) razlog za nesrazmerno veliko učešće (80%) u njihovoj ukupnoj prodaji. Sugerisano je poboljšanje ovog pravila: 80/20/30, da bi se refletovala ideja da prvih 20% kupaca stvara 80% dobiti preduzeća, čija se polovina gubi servisiranjem najnižih 30% neprofitabilnih kupaca (9, str. 52). Ovaj fenomen čini malu grupu velikih kupaca ekstremno važnom u svakoj strategiji ili planu marketinga. Implikacija je da preduzeće može da poboljša svoju dobit eliminisanjem loših kupaca.

Kada se planira kampanja ili program za povratak izgubljenih kupaca, važno je da se više pažnje alokira najvažnijim izgubljenim kupcima. To je ono gde može biti od koristi istorija kupovine izgubljenih kupaca za identifikovanje onih koje prošlo poslovanje kvalifikuje kao velike korisnike. Oni treba da privuku najveću pažnju.

To opet ne znači da se svi kupci moraju zadržati po svaku cenu. Postoje neki kupci koje preduzeće ne treba ni da pokušava da snabdeva. Ako određeni tipovi kupaca ne mogu da se zadrže i postanu rentabilni, preduzeće ne treba da investira u njihovo privlačenje.

Šta čini kupca rentabilnim? Rentabilan kupac je ličnost, domaćinstvo ili preduzeće čiji prihodi tokom vremena nadmašuju, do prihvatljivog iznosa, troškove preduzeća vezane za privlačenje, prodaju i servisiranje tih kupaca. Ova definicija naglašava prihode i troškove tokom veka života kupca, a ne dobit iz jedne transakcije (9, str. 52).

Preduzeća treba aktivno da mere vrednost i rentabilnost individualnih kupaca, mada većina njih u tome ne uspeva. Slika 6 prikazuje koristan tip analize rentabilnosti. Kupci čine kolone, a proizvodi ili usluge čine redove. Svaka kockica sadrži simbol za rentabilnost prodaje datog proizvoda ili usluge za datog kupca. Kupac C₁ je vrlo rentabilan – on kupuje tri proizvoda koji ostvaruju dobit, proizvode P₁, P₂ i P₃. Kupac C₂ je sa uravnoteženom kombinacijom rentabilnosti, kupujući jedan rentabilan i jedan

nerentabilan proizvod. Kupac C₃ stvara gubitke, kupujući jedan rentabilan proizvod i dva nerentabilna proizvoda. Šta može da uradi preduzeće sa kupcem kao što je C₃? Ono ima dve opcije. Prvo, preduzeće treba da razmotri povećanje cena svojih manje profitabilnih proizvoda ili da ih eliminiše. Drugo, preduzeće takođe može da pokuša da ne prodaje svoje proizvode koji donose dobit nerentabilnim kupcima. Ako ove akcije dovedu do toga da kupci kao C₃ odu, to može čak i biti dobro. Nerentabilni kupci koji odlaze ne treba da brinu preduzeće. U stvari, preduzeće može da ima koristi ako podstiče svoje nerentabilne kupce da pređu kod konkurenata (4, str. 583; 9, str. 53).

		Kupci		
		C ₁ Veoma profitabilan kupac	C ₂ Kupac sa mešovitom profitabilnošću	C ₃ Kupac koji donosi gubitak
Proizvodi	P ₁ Veoma profitabilan proizvod	++		+
	P ₂ Profitabilan proizvod	+	+	
	P ₃ Proizvod sa mešovitom profitabilnošću	+		-
	P ₄ Proizvod koji donosi gubitak		-	-

Slika 6 Analiza rentabilnosti kupca/proizvoda (4, str. 583; 9, str. 53)

Mada, u načelu, firme nastoje da uspostave snažne odnose sa kupcima zbog napred iznetih koristi, isto tako treba imati u vidu da svi segmenti kupaca i svi individualni kupci nisu nužno dobri za uspostavljanje dugoročnog odnosa. Pored gubitaka u novcu i vremenu koji se mogu pripisati nekim kupcima, postoje kupci sa kojima je jednostavno teško raditi iz raznih razloga (verbalno/fizičko maltretiranje, odbijanje da se poštuju politike ili zakoni, pijanstvo, [tvrdoglavost]). To su [kupci problemi]. Zbog stresa kojima su izložene organizacija i njeni zaposleni u radu sa takvim kupcima, neke organizacije mogu odlučiti da sa njima ne uspostavljaju poslovne odnose.

Iako u teoriji i praksi postoji gotovo opšta saglasnost o izuzetnom značaju vezivanja kupaca za preduzeće, još uvek jedva da postoje koncepti za sprovođenje sistematske analize kupaca i brigu o kupcima. Ciljevi marketinga se tako u svakom slučaju ne diferenciraju u odnosu na postojeće i potencijalne kupce i retko se formulišu odgovarajuće strategije i mere, koje bi omogućile različitu obradu obe grupe kupaca.

Jedan od uzroka za to svakako se može naći, bar delimično, u nepotpunoj *informacionoj osnovi*. Dok je npr. obično moguće putem istraživanja tržišta pribaviti informacije o neophodnim troškovima marketinga za sticanje novih kupaca, veoma se retko može doći do poređivih podataka vezanih za troškove, koji nastaju gubitkom kupaca. Otuda je osnovni zadatak strategijskog retencionog marketinga da najpre stvori informacionu osnovu, koja omogućava analizu i ocenu postojećih kupaca. Na osnovu ovih podataka kupci se mogu klasifikovati prema njihovom značaju za prodaju i rentabilnosti i unutar profitabilnih grupa kupaca da se uz pomoć podataka o ponašanju kupovine formiraju homogeni segmenti kupaca. Konačno, mogu se formulisati konkretne mere, da bi se lojalnost kupaca poboljšala putem intenzivne nege poslovnih odnosa.

Centralni faktor uspeha [retencionog marketinga] je otuda *diferencirana analiza stabla kupaca*. U tu svrhu potrebno je prikupiti što je moguće sveobuhvatnije informacije o kupcima i formirati banku podataka. Baza podataka treba da sadrži sve neophodne informacije, koje su nužne za strategijsko segmentiranje. Tu ubrajamo npr. istoriju kupovine tokom vremena, vrstu i količinu kupljenih proizvoda kao i socio-demografske podatke. Pored toga, u idealnom slučaju, takva banka podataka pruža informacije o ponašanju pri kupovini i psihografskim aspektima tog ponašanja, kao npr. stavovima, interesima i stilovima života. Za pribavljanje informacija o kupcima na raspolaganju je mnoštvo mogućnosti (direktni kontakti sa kupcima, garancija i servisne usluge, klubovi kupaca itd.).

Kada postoje podaci o kupcima u odgovarajuće kodiranoj formi, kupci se najpre segmentiraju prema njihovom značaju za preduzeće. Pri tome u prvom planu su kriteriji *obim kupovine* i *rentabilnost kupaca*. Pri analizi rentabilnosti kupaca svakako treba imati u vidu pored aktuelnih i buduće obime kupovine, kako se ne bi isključile grupe kupaca, koje se sada nalaze u nešto manje rentabilnoj fazi.

Od posebnog značaja je svakako segment kupaca koji se ističu kako velikim obimom kupovine, tako i visokom rentabilnošću. Vezivanje ovih kupaca za preduzeće predstavlja dugoročno centralni potencijal uspeha. Istovremeno treba imati u vidu da su baš odnosi sa ovim kupcima najviše ugroženi, pošto kupci iz ovog segmenta predstavljaju izuzetno atraktivnu ciljnu grupu za konkurente. Stoga se mogu očekivati značajna nastojanja konkurenata za privlačenje ove grupe kupaca, tako da se negovanju odnosa sa ovim kupcima mora dati visok prioritet.

Isto tako od velikog interesa su i kupci, koji se bilo zbog njihovog obima kupovine ili njihove rentabilnosti ocenjuju kao posebno pozitivni i imajući u vidu druge kriterije zauzimaju najmanje srednju poziciju. U ovim slučajevima treba preduzeti odgovarajuće mere da se poveća obim prodaje putem intenziviranja odnosa odnosno poveća rentabilnost putem mera za sniženje troškova.

U sledećem koraku formulišu se konkretne mere za formirane grupe kupaca, da bi se udovoljilo potrebama svakog segmenta.

Reakcije kupaca na mere marketinga predstavljaju opet sa svoje strane informacije, koje se unose u bazu podataka. One služe kao osnova za prefinjenje segmentiranja i omogućavaju postepeno prilagođavanje i poboljšanje mera izvedenih iz toga. Na ovaj način preduzeće stiče diferenciranu sliku o potrebama i ponašanju njegovih različitih kupaca. Ako se ova saznanja prevedu u adekvatne mere marketinga, time će se izgraditi dugoročni stabilni odnosi sa kupcima (10, str. 234-237).

Literatura:

1. T. G. Vavra, *Aftermarketing*, Richard D. Irwin, Inc., Chicago, 1995.
2. P. Doyle, *Marketing Management and Strategy*, Second Edition, Prentice Hall Europe, London, 1998.
3. C. Fornell, A National Customer Satisfaction Parameter: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, January 1992.
4. P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, Seventh Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 1996.
5. F. F. Reicheld and W. E. Sasser, Zero Defection: Quality Comes to Service, *Harvard Business Review*, September-October 1990.
6. V. A. Zeithaml and M. J. Bitner, *Services Marketing*, The McGraw-Hill Companies, Inc., New York, 1996.
7. J. Griffin, *Customer Loyalty – How to Earn It, How to Keep It*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1997.
8. How to Make [Lost] Customer Your Best Source of [New] Customers, *Profit building strategies*, december 1990.
9. P. Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall International, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 1997.
10. H. Meffert (Hrsg.), *Lexikon der aktuellen Marketing-Begriffe*, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1997.
11. R. Senić, *Marketing menadžment*, drugo izdanje, Ekonomski fakultet - Prizma, Kragujevac, 1999.

12. R. Senić, *Koliko vredi kupac?* u monografiji Efikasnost transformacije preduzeća, Ekonomski fakultet, Niš, 1998.
13. M. Stewart, *Keep the Right Customers: The Key Steps to Profitable Customer Retention*, McGraw-Hill International (UK), 1996.

Dr Vlajko Petković*

TRANZICIONO LIDERSTVO

Rezime. U radu se objašnjava karakter, značaj i uloga tranzicionog liderstva. Najpre se određuje poslovno liderstvo kao proces kojim se delatnost članova organizacije usmerava od strane lidera, ka što uspešnijem ostvarivanju njenih ciljeva, u datim uslovima. Zatim se ukazuje na razlike između menadžera i lidera. Dok menadžment nastoji da ljudi rade stvari pravilno, liderstvo se trudi da ljudi rade prave stvari. Menadžer je administrator profesionalac a lider je inovator i entuzijasta. Menadžer se oslanja na sistem i koristi zaključke, lider se oslanja na ljude i koristi emocije.

Tranzicioni lider je reformator, nosilac promena, a ne spasilac. On najavljuje stvaralaštvo, a ne rutinerstvo. Iza njega je realnost, a ne mitovi. On sledbenike vodi od rezultata do rezultata, a ne od obećanja do obećanja. Njegov cilj nije promena sveta, već promena u svetu, kroz razvoj.

Abstract. The character, importance and role of leadership are explained in this paper. First the business leadership is defined as a process in which the activities of an organization are directed by a leader in the aim of a most successful realization of the organization's goals in the present conditions: Then the differences between a manager and a leader are presented: while management aims people doing things in the right way, leadership tends towards their doing the right things. The manager is a professional administrator, and the leader an innovator and an enthusiast. While the manager relies on the system and uses conclusions, the leader relies on people and uses emotions.

The leader in transition is a reformer, promoter of changes, and not a rescuer. He announces creation and not routines; he is supported by reality, not by myths; he leads his followers from one result to another, and not from promise to promise: His aim is not the change of the world, but changes in the world through development.

* Redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu

1. Pojam i suština liderstva

Čak i oni koji se ne bave biznisom znaju da se uspešne firme razlikuju od neuspešnih, najčešće po tome, što imaju bolje, efikasnije rukovodioce, odnosno rukovodstva. To su individue (rukovodioci) ili grupe (rukovodeći timovi) koje imaju određene upravljačke sposobnosti. Kao sinonim za rukovodioce i rukovodstva danas se često koriste izrazi lider (vođa), odnosno liderstvo (vodstvo).

Iako je fenomen liderstva privlačio pažnju još od davnina, šira, sistematska i osmišljena istraživanja tog fenomena, počinju od vremena F. Tejlora. Uprkos činjenici da su sprovedena mnoga istraživanja na tu temu, danas još uvek postoje razlike u shvatanju karaktera, suštine i uloge liderstva.

U praksi se često liderstvo poistovećuje sa menadžmentom, a lideri sa menadžerima. Menadžeri svoj odnos prema podređenima i uticaj koji na njih vrše zasnivaju na zvaničnoj ulozi, funkciji i položaju koji imaju u organizaciji i na moći koja iz toga proizilazi. Menadžment je mnogo šira aktivnost od liderstva. Pod pojmom menadžmenta se podrazumeva ne samo postupanje sa ljudima, već tu spadaju i aktivnosti i odluke u vezi sa finansijama, sirovinama, tržištem, tehnološkim inovacijama, informacionim procesima itd.

Liderstvo kao specifičan tip odnosa u upravljanju zasniva se pretežno na socijalnom dejstvu ili preciznije, na međudejstvu između lidera i sledbenika. Liderstvo podrazumeva aktiviranje ljudskog faktora. Za razliku od klasičnog upravljanja koje podrazumeva odnos menadžera i podčinjenih, liderstvo podrazumeva odnos lidera i sledbenika.

Liderstvo u oraganizacijama može biti, baš kao i autoritet, formalno i neformalno. Formalo liderstvo se vezuje za prvog čoveka firme – generalnog direktora. On je generalni menadžer firme i taj položaj mu otvara put da postane i lider – formalni i neformalni. Ukoliko on deluje samo sa stanovišta položaja koji zauzima i moći koju mu taj status obezbeđuje, on će se afirmisati samo kao formalni lider. On može da postane i faktički lider, ali i ne mora. Može se desiti, recimo, da njegov zamenik koji se mnogo korektnije, neposrednije odnosi prema zaposlenima, pokazuje puno mudrosti i mirnoće u kritičnim situacijama, pridobije velike simpatije i poverenje među zaposlenima i da njega faktički doživljavaju kao lidera. U tom slučaju on je neformalni lider, a generalni direktor je samo formalni lider. Dakle, formalni, zvanični autoritet se vezuje za položaj, za funkcije, a neformalni, nezvanički za ličnost, za čoveka.

Za opstanak organizacije, njeno trajanje i perspektivu, mnogo je značajniji formalni lider, jer se položaj obnavlja, nasleđuje. Lideri dolaze i odlaze, a položaj ostaje. Neformalni autoritet se vezuje za konkretnu osobu i on prestaje, sa odlaskom te ličnosti iz organizacije. Uopšte, organizacija koja zavisi od jedne ličnosti, nestabilna je i ne traje dugo.

Postoje različite definicije liderstva. Smatramo da bi najadekvatnija definicija mogla da glasi da je poslovno liderstvo proces kojim se delatnost članova organizacije usmerava, od strane lidera, ka što uspešnijem ostvarivanju njenih ciljeva, u datim uslovima.

Iz ovoga se vidi da je liderstvo trajna, organizovana aktivnost članova organizacije, usmerena na ostvarivanje njenih ciljeva. Takođe se vide učesnici i odnosi između njih u toku trajanja toga procesa: lider, sledbenici i situacioni faktori.

Prvo, jasno je da postoje dve strane koje učestvuju u tome procesu – lideri (sa svojim položajem i određenim osobinama koji žele da budu prihvaćeni ili bar da se nametnu) i sledbenici (koji žele, odnosno dobrovoljno prihvataju i slede volju lidera). U tom dobrovoljnom ili prisilnom prihvatanju je i razlika između lidera i diktatora. Liderstvo se uglavnom oslanja na tehnike uticanja bez primene prinude.

Drugo, postoji nejednaka raspodela moći između lidera i sledbenika. Svi učesnici u tome procesu imaju određenu moć – i lideri i sledbenici. Ni sledbenici nisu bez ikakve moći. Međutim, moć lidera je dominantna, nesrazmerna u odnosu na sledbenike. U literaturi se najčešće navode pet osnovnih tipova liderske moći: legitimna, stručna, referentna, moć naređivanja i moć prinude.

Treće, uticaj lidera na ponašanje sledbenika ostvaruje se na različite načine, ali je uvek isti smisao – ostvarenje ciljeva organizacije. U proizvodnim organizacijama da se ostvare što bolji proizvodni rezultati, na fakultetima da se što efikasnije ostvari proces obrazovanja, na institutima da se što uspešnije ostvari naučno-istraživački proces, u vojnim organizacijama, koje su u ratu, da se što više uništi živa sila i izvrše što veća materijalna razaranja, kako bi se što efektnije porazio neprijatelj.

2. Lideri i menadžeri

Liderstvo se ne može poistovećivati sa menadžmentom. Menadžment koncentriše pažnju na to da ljudi rade stvari pravilno, a liderstvo da ljudi rade prave stvari. Lideri (rukovodioci) se trude da ljudi rade ono što treba, a menadžeri (organizatori) se trude da ljudi rade kako treba. Dakle, liderstvo određuje cilj – šta raditi, a menadžment se bavi problemima operacionalizacije i realizacije zadatih ciljeva.

Menadžer usmerava rad drugih i nosi ličnu odgovornost za uspešnost toga. Dobar menadžer unosi red i preciznost u obavljanju posla. Svoj odnos sa podčinjenima on gradi, uglavnom, na činjenicama i u okviru definisanih ciljeva. Lider inspiriše ljude i širi entuzijazam među zaposlenima. Saopštava im svoju viziju budućnosti. Pomaže im da se adaptiraju na novo, kao i da što lakše prebrode fazu promena, kroz koju prolaze.

Kod menadžera se uočava tendencija zauzimanja bezličnog, gotovo pasivnog odnosa prema ciljevima. Oni se pre svega orijentišu na ostvarenje ciljeva koje je neko odredio i u njihovoj realizaciji ne žele da odstupaju od propisane procedure. Lideri, nasuprot, uspostavljaju lični, aktivan odnos prema ciljevima. Oni sami utvrđuju svoje ciljeve i u njihovoj realizaciji uvek nastoje da pronađu nove, efikasnije načine i sredstva.

Menadžeri razrađuju do detalja ostvarivanje svojih aktivnosti uključujući i vremensku dimenziju, planiraju nabavku i korišćenje neophodnih resursa, kako bi podržali ostvarivanje organizacione efektivnosti. Lideri, sve to, i više, urade kroz stvaranje vizije budućnosti i pronalaženja puteva za njeno ostvarivanje, ne gubeći se u detaljima i ne zapadajući u rutinu.

Menadžeri poštuju red u odnosu sa podčinjenima. Oni grade svoje odnose sa njima saglasno ulogama koje igraju u scenariju dešavanja. Lideri okupljaju i saraduju sa ljudima, koji ih shvataju i podržavaju njihove ideje i stavove, izložene u njihovoj viziji budućnosti. Oni poštuju potrebe, sistem vrednosti i osećanja zaposlenih. Spremni su uvek da koriste emocije i intuicije i da kod podređenih pokrenu snažna osećanja ljubavi, drugarstva, solidarnosti. Prema svojim saradnicima odnose se jednako, nezavisno od njihove verske, nacionalne, idejne ili neke druge pripadnosti.

Menadžeri pomažu podčinjenima u ostvarivanju njihovih zadataka, kontrolišu njihovo ponašanje i reaguju na svako njihovo odstupanje od plana. Lideri grade svoje odnose sa sledbenicima na poverenju, inspirišu ih i motivišu. Oni unose toplinu i poverenje u njihov grupni, kolektivni rad.

Koristeći svoj profesionalizam, razne sposobnosti i umeća, menadžeri koncentrišu svoje snage u domenu prihvatanja rešenja. Rešenja često donose na osnovu iskustva. Lideri rade na poziciji visokog rizika. Oni stalno nastoje da pronalaze nove i raznovrsnije načine i sredstva rešavanja problema. I ono što je najvažnije, posle izbora načina rešavanja problema, lideri ne izbegavaju da preuzimaju rizik i odgovornost za eventualnu pojavu novih problema. Ovo naročito, ako iza toga vide velike šanse i nagrade.

Menadžeri preferiraju rad sa ljudima. Izbegavaju usamljene akcije, jer ih one plaše. obraćaju se ljudima u skladu sa ulogom koju imaju u svakom konkretnom događaju ili u procesu donošenja odluka. Lideri operišu pretežno sa idejama. Rade pretežno intuitivno i sa uživanjem.

Ne postoji idealan model odnosa između ova dva oblika upravljanja. Neki autori čak ističu da u većini organizacija postoji problem previše upravljanja i premalo liderstva. To znači da neko može biti uspešan menadžer, dobar planer, dobar organizator i sl., ali bez motivacionih sposobnosti lidera. Drugi, pak, mogu biti dobri lideri, ali im nedostaju menadžerske sposobnosti da kanališu energiju koju su kod

drugih izazvali. Zato budućnost liderstva vide u činjenici da će sve veći broj menadžera sticati osobine lidera.

Rezultati istraživanja pokazuju da značajan broj menadžera u velikoj meri uspeva da usvoji liderske osobine. Smisao proučavanja liderstva je da od menadžera napravi dobre lidere (vođe).

Razlike između menadžera i lidera najpreglednije se mogu prikazati na sledeći način:

Menadžer	Lider
- Administrator	- Inovator
- Poručuje	- Inspiriše
- Radi prema zadatim ciljevima	- Radi prema svojim ciljevima
- Plan – osnova dejstva	- Vizija – osnova dejstva
- Oslanja se na sistem	- Oslanja se na ljude
- Koristi zaključke	- Koristi emocije
- Kontroliše	- Veruje
- Podržava pokret	- Daje impuls pokretu
- Profesionalac	- Entuzijasta
- Prihvata rešenja	- Pretvara rešenja u stvarnost
- Radi stvar pravilno	- Radi pravu stvar
- Uvažavan	- Obožavan
- Preferira rad sa ljudima	- Pretežno radi sa idejama

3. Lideri i sledbenici

Sledbenici od lidera očekuju mnogo. Oni, pre svega, od njih očekuju vođstvo. Sledbenici imaju idealizovano mišljenje o liderima – o njihovim osobinama, o njihovom ponašanju, o njihovoj moći, kao i o mogućem uticaju na njihovu sudbinu.

Romantično shvatanje liderstva govori mnogo o sledbenicima, ali i o liderima. Lideri i sledbenici su dva pola jedinstvene celine. Nema lidera bez sledbenika, ni sledbenika bez lidera. Možda je i potrebno da sledbenici imaju idealizovanu predstavu o liderima, jer im to omogućava da se bolje koncentrišu i da zadovolje organizacione potrebe. Ali, ako je to tačno, onda lider mora biti sposoban da motiviše i da utiče samo onoliko dugo koliko mu sledbenici veruju. Čim izgubi poverenje, lider više nije efikasan. Kako organizacija i posle toga nastavlja da funkcioniše, to se postavlja pitanje stvarne uloge liderstva. Pa čak i više od toga. Da li je uopšte liderstvo potrebno i kakvo, da li je čitava priča o liderstvu svojevrsna zabluda i obmana, ili se pak radi o jednom zaista veoma složenom socio-psihološkom fenomenu.

Iako o liderstvu, a posebno o odnosu lidera i članstva postoje brojne i veoma raznovrsne teorije, izgleda da su najkarakterističnije sledeće: teorija razmene između lidera i članstva, atributivna teorija i teorija tranzicionog (harizmatškog) liderstva.

3.1. Teorija razmene između lidera i članstva (LMX)

Suština ove teorije je polazište da lideri, iz različitih razloga, uspostavljaju nejednake odnose sa pojedincima i sa pojedinim grupama sledbenika. Svi ti odnosi mogu da se svedu na dve grupe odnosa: odnosi prema "in" i odnosi prema "aut" grupi. Razlozi za podelu svih sledbenika na ove dve grupe su dosta proizvoljni, skoro slučajni – recimo, pol, starost, izgled, impresije lidera i sl.

Pripadnici "in" grupe uživaju naklonost lidera. On im daje određene pogodnosti (potrebne resurse, vreme i dr.). Na suprot njima, pripadnici "aut" grupe ne uživaju simpatije lidera, pa im on i ne daje nikakve pogodnosti. Stoga su oni u nepovoljnijem položaju u odnosu na pripadnike "in" grupe.

Prema LMX teoriji od pripadnika "in" grupe se očekuje da postižu mnogo bolje rezultate, da imaju mnogo pozitivniji odnos prema svom radnom mestu, firmi, lideru, nego što je to slučaj sa pripadnicima "aut" grupe. Rezultati istraživanja su tu pretpostavku i potvrdili.

Ova saznanja mogu da omoguće razumevanje odnosa između lidera i sledbenika u organizaciji, kao i kretanje učinka, osećaja pripadnosti i raspoloženja kod pojedinih radnika.

3.2. Atributivna teorija

Suština ove teorije predstavlja otkriće kako, odnosno preko kojih uzroka lideri tumače ponašanje radnika, a posebno rezultata koje postižu.

Lideri posmatraju svoje sledbenike, od kojih su neki ostvarili očekivane rezultate, drugi su ih premašili, a treći su podbacili u tome. Metodom posmatranja lideri treba da identifikuju faktore koji su doveli do takvog stanja. Sve uzroke oni grupišu u dve grupe: spoljne (objektivne, na koje sledbenici ne mogu da utiču – neispravna oprema, nedostatak materijala, nerealni rokovi, bolest i sl.) i unutrašnje (subjektivne, na koje sledbenici mogu da utiču – nedovoljno zalaganje, nesposobnost, neznanje i sl.).

Atributivna teorija sugerise da se pri određivanju mera za prevladavanje negativnog stanja, uzmu u obzir i uzroci koje je lider utvrdio. Na primer, ako je lider utvrdio da je uzrok loših rezultata, loša oprema, nedostatak materijala i sl., onda će se preduzeti mere da se to stanje popravi. Ukoliko je, pak, kao uzroke loših rezultata lider utvrdio neznanje, nerad ili slično, onda se ta osoba može opomenuti, premestiti

na drugo radno mesto ili otpustiti s posla. Rezultati brojnih istraživanja koja su sprovedena na principima ove teorije, pokazali su njenu opravdanost i održivost.

Kao zaključak može se istaći da atributivna teorija ponašanje i rezultate rada sledbenika objašnjava na osnovu percepcije i tumačenja lidera. Ovde je bitno i da lideri koriste svoju moć koju imaju, ali i da se sledbenici saglašavaju sa tim.

3.3. Teorija harizmatškog liderstva

Paradoksalno je, ali postoje dve protivurečne pozicije formiranja imidža lidera. Jedna negira uopšte bilo kakav uticaj lidera na organizacionu efektivnost, a druga preneglašava značaj toga i vodi ka formiranju liderske harizme i pokušaju sledbenika da pripisuju lideru skoro magične, a u nekim slučajevima i božanske osobine.

Harizma je oblik uticaja na druge posredstvom lične privlačnosti, što izaziva podršku i priznanje i obezbeđuje nosiocu harizme vlast nad sledbenicima. Mnogi smatraju, da je sticanje harizme povezano sa sposobnošću lidera da nađe svoje obožavaoce i poštovaoce, pa čak i da menja njihov sastav u zavisnosti od situacije. Drugi određuju harizmu kao zbir specifičnih liderskih osobina. Na bazi toga stvorena je koncepcija harizmatškog liderstva koja je po svojoj suštini nastavak koncepcije atributivnog liderstva i koja je izgrađena kombinacijom svojstava i ponašanja lidera.

Harizmatškim se smatra onaj lider koji je sposoban da snagom svojih ličnih osobina ostavlja snažan utisak na sledbenike. Lideri toga tipa imaju jaku želju za vlast, imaju snažnu potrebu za aktivnost i ubeđeni su u moralnu ispravnost onoga za šta se zalažu i u šta oni veruju. Želja za vlast ih motiviše u nastojanju da postanu lideri. Vera u njihovu ispravnost pojačava tu potrebu. Želja takvog čoveka za aktivnošću ostavlja utisak, kod ljudi, da je sposoban da bude lider. Ta svojstva razvijaju takve karakteristike harizmatškog ponašanja kao što je oblikovanje uloge, stvaranje obrasca ponašanja, sposobnost da krupne ciljeve prikaže realnim i dostupnim, buđenje nade u uspeh i inspiracije za rad kod sledbenika.

Istraživanja pokazuju da harizma ima negativnu stranu (uzurpacija lične vlasti, ili potpuno usmeravanje lidera na isticanje svoje ličnosti), ali i pozitivnu (raspodela vlasti između lidera i sledbenika i njihovo snažno motivisanje).

U principu, harizmatškog lidera karakteriše vera u sebe, visoka osećanja za okruženje, vizija rešenja problema i izlazak iz postojećeg stanja, umeće svodenja vizije na nivo koji je razumljiv i prihvatljiv za sledbenike i obožavaoce, umeće mobilisanja i podsticanja masa na izuzetnu aktivnost za ostvarenje svoje vizije.

Modeli harizmatškog liderstva se razlikuju po stepenu razvitka same harizme i po odnosu sa sledbenicima. Ali, proces nastanka je, uglavnom, standardan. Smatra se da najpre treba demistifikovati problem da bi kasnije mogla da mu se uputi kritika.

Zatim, treba stvoriti viziju idealizovanih puteva rešenja toga problema. U viziji treba da bude sadržan neki novi predlog koji niko ranije nije saopštavao, kao i da to što se predlaže znači radikalno i brzo rešenje problema.

Sledeći korak podrazumeva sposobnost lidera da svoju viziju saopšti sledbenicima. Način saopštavanja mora da bude spektakularan, da veoma ubedljivo deluje na mase i da ih mobilise. Da bi pridobio sledbenike oko sebe, lider mora da stvori odnose poverenja, da demonstrira svoje sposobnosti, znanje, umeće, preuzimajući na sebe rizik i odgovornost za uspešan ishod radikalnih mera koje predlaže. U zadnjoj fazi, lider je obavezan da demonstrira sposobnost za ostvarenje svoje vizije. To on ostvaruje kroz delegiranje ovlašćenja svojim sledbenicima. On ih uključuje u proces donošenja odluka, poverava im realizaciju teških i važnih zadataka, ukida razne birokratske barijere, nagrađuje ih za postignute rezultate.

Iskustvo radnih organizacija pokazuje da u običnim situacijama harizmatičko liderstvo ne traži obavezno da se postižu krupni rezultati u biznisu. Ono pristupa tome, naročito kada sledbenici snažno ideologizuju svoje želje i puteve njihovog ostvarivanja. U biznisu važnost harizmatičkog liderstva raste po meri neophodnosti sprovođenja radikalnih izmena u organizaciji, u vezi sa kritičnošću situacije. U tim situacijama rađa se drugačiji koncept liderstva – koncept tranzicionog lidera ili lidera reformatora.

3.4. *Tranziciono liderstvo*

Tranziciono liderstvo ili liderstvo za promene ima mnoge sličnosti sa harizmatičkim liderstvom, ali i određene specifičnosti, zbog čega se analizira odvojeno. Lider reformator motiviše sledbenike putem povećanja nivoa njihovog saznanja važnosti i vrednosti postavljenih ciljeva, objašnjava im mogućnost usklađivanja svojih ličnih interesa sa opšte društvenim, stvaranja atmosfere poverenja i ubeđenja sledbenika u neophodnost oslanjanja na sopstvene snage.

Lider reformator je transformator, nosilac promena, a ne spasilac. On najavljuje stvaralaštvo, a ne rutinerstvo. Iza njega je realnost, a ne mitovi. On vodi sledbenike od rezultata do rezultata, a ne od obećanja do obećanja. On usmerava ljude na rad a ne na dividende. Njegov cilj nije promena sveta, već promene u svetu, kroz razvoj.

Model transformacionog ili reformatorskog liderstva podrazumeva takav lik lidera i sledbenika koji se mogu koristiti za stvaralačko rešavanje problema u kriznim situacijama. Model ima niz specifičnosti. Prvo, smatra se neophodnim da lider pridobija svoje sledbenike kroz njihovo uključivanje u upravljanje, da sam bude deo kolektiva, a ne da "stoji iznad njega", sa entuzijazmom podržava zajedničke napore. Od sledbenika se ne traži da slepo slede lidera, već da kritički ocene zadate ciljeve i

najavljeni put njihove realizacije, smanjenje uticaja emocija, a povećanje racionalnosti u ponašanju. Drugo, ukoliko atmosfera poverenja preraste u snažnu međuzavisnost između lidera i sledbenika, onda se javlja ozbiljna opasnost da se rukovodilac okruži istomišljenicima, ili pak obrnuto, da rukovodilac počne da sledi sledbenike. Ta dva tradicionalna pristupa nisu pogodna za lidera reformatora.

Baš zbog te moguće upotrebe, ali i zloupotrebe harizme, ona se mora razmatrati uvek u kontekstu određenih moralnih principa. Tako je i nastao model moralnog i nemoralnog harizmatičkog lidera. Dok nemoralni harizmatički lider vlast koristi isključivo radi ostvarenja ličnih interesa, moralni harizmatički lider to čini u interesu drugih. Nemoralni harizmatički vođa širi svoju ličnu viziju, a moralni stvara viziju u skladu sa potrebama firme i interesima svojih sledbenika. Nemoralni lider ne trpi kritiku svoga rada, ni javno, ni tajno. Ukoliko do toga dođe, oštro se suprodstavlja i odmah je prekida. Moralni lider čak stimuliše kritiku. To shvata kao dobronamerni razgovor i nastoji da iz toga izvuče pouke za sebe.

Nemoralni harizmatički vođa insistira na strogom izvršavanju svojih naređenja, bez pogovora. Moralni lider traži od sledbenika da stvaralački pristupaju izvršavanju njegovih naređenja.

Nemoralni lider komunicira jednosmerno, od sebe pa naniže, ka saradnicima. Komunikacija je retka, kratka, oštra. Svodi se na komandu. Moralni lider preferira dvosmernu komunikaciju. Spreman je da izda naređenja, ali želi i da čuje povratnu informaciju.

Nemoralni lider nema sluha za potrebe i probleme sledbenika. Svu slavu uspeha pripisuje sebi, a za neuspehe optužuje druge. Moralni lider, obrnuto, ima puno razumevanja za potrebe i probleme svojih saradnika. Slavu uspeha deli sa drugima. Nastoji da istakne svačiju zaslugu u tome. Isto tako, hrabro stoji iza ličnog neuspeha.

Nemoralni lider se često poziva na neke spoljne moralne standarde koji mu idu u prilog, a moralni lider se poziva na oslanjanje i na interne moralne standarde za zadovoljenje interesa organizacije i društva.

Literatura

1. Daniel A. Wren, Dan Voich Jr.: Menadžment (Proces, Struktura i Ponašanje). Poslovni sistem "Grmeč" A.D. -- "Privredni pregled", Beograd, 1994.
2. Džejms A. F. Stoner, R. Edvard Freeman, Daniel R. Gilbert Jr.: Menadžment, "Želnid", Beograd, 1997.
3. Džerald Grinberg, Robert A. Baron: Ponašanje u organizacijama (Razumevanje i upravljanje ljudskom stranom rada), "Želnid", Beograd, 1997.

4. Vihanskij O. S., Naumov A. I., Menadžment: čovek, strategija, organizacija, proces, Moskva, "Gardarika", 1996.
5. Petković V., Sociologija rada, Ekonomski fakultet, Beograd, 1998.

FINANSIJE I BANKARSTVO

Dr Radoslav Stefanović*

SAVREMENO FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE: SUŠTINA, OKRUŽENJE I OKVIR

Rezime. U ovom radu razmatraju se problemi suštine, okruženja i okvira savremenog finansijskog izveštavanja. U prvom delu izlaže se shvatanje finansijskog izveštavanja kao procesa obezbeđenja kvantitativnih finansijskih informacija o (1) finansijskom položaju, (2) rezultatu poslovanja i (3) tokovima sredstava preduzeća i njihovog komuniciranja zainteresovanim korisnicima, tj. donosiocima odluka.

Drugi deo rada posvećen je identifikovanju različitih društvenih, političkih i ekonomskih faktora koji čine okruženje u kome finansijsko izveštavanje funkcioniše i pod čijim uticajem ono (finansijsko izveštavanje) podleže kontinuiranom procesu ispitivanja, preispitivanja i promena.

Razmatranje neophodnosti permanentnog poboljšavanja kvaliteta finansijskog izveštavanja, vršeno u trećem delu rada, ukazuje na potrebu razvijanja teorijskog ili konceptualnog okvira finansijskog izveštavanja kao osnove za revidiranje postojećih i donošenje novih računovodstvenih standarda.

Abstract. In this paper are considered problems of essence, environment and framework of modern financial reporting. In the first part is explained idea of financial reporting as process of providing quantity financial information about: (1) financial position, (2) result of operation and (3) funds flow of enterprise and their communication to interested users, that is makers decisions.

The subject of second part is identification different social, political and economic factors that make environment in that financial reporting operate. Because of that financial reporting is subject of the permanent process examination, preexamination and changes.

In the third part is considered necessity for permanent improving quality of financial reporting. This consideration point to need for development of conceptual framework of financial reporting as basis for revising present and making new accounting standards.

* Vanredni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

Kao opšteprihvaćeni jezik ekonomske aktivnosti ili poslovni jezik¹, računovodstvo se različito definiše. Između više raspoloživih i prihvatljivih definicija, nama se najprihvatljivijom čini ona data od strane Američke računovodstvene asocijacije (American Accounting Association – AAA), prema kojoj se računovodstvo definiše kao "proces identifikovanja, merenja i komuniciranja ekonomskih informacija koje omogućavaju kvalifikovana prosuđivanja i odluke korisnika informacija".² Svoju naročitu prihvatljivost prethodna definicija zasniva na isticanju aktivne uloge računovodstva u procesu donošenja odluka. Upravo zato ona, mada formulisana još 1966. godine, u potpunosti odražava savremenu, danas dominirajuću, filozofiju računovodstva koja glasi: "Primarna i vitalna svrha računovodstva je da pomogne donosiocima odluka u izboru između alternativnih tokova akcija".³

Jasno je, svakako, da pomenutu svrhu, od izuzetnog društvenog (javnog) interesa za svaku zemlju, računovodstvo ostvaruje posredstvom informacija koje obezbeđuje. Poznato je, takođe, da ono u tome (obezbeđenju informacija) koristi oba svoja globalna područja: (1) finansijsko računovodstvo i (2) upravljačko računovodstvo. Ona se međusobno bitno razlikuju po čitavom nizu obeležja (kriterija),⁴ pri čemu "glavna razlika između njih je njihova upotreba od dve različite grupe donosilaca odluka".⁵ Sledstveno tome, područje finansijskog računovodstva primarno služi eksternim donosiocima odluka – donosiocima odluka izvan preduzeća, kao što su: investitori (akcionari), kreditori, poreski organi, regulatorne državne agencije, sindikati, javnost i drugi. Nasuprot njemu, područje upravljačkog računovodstva služi internim donosiocima odluka – donosiocima odluka unutar preduzeća, a to su različiti nivoi menadžmenta preduzeća. Suštinsku razliku između pomenutih dveju grupa subjekata odlučivanja, pak, veoma jasno izražava sledeća konstatacija: "Donosioci odluka izvan preduzeća

¹ "Mada se računovodstvo često naziva poslovnim jezikom, njegova korisnost se proteže daleko izvan poslovnog sveta. Svako ko živi u modernom društvu bez osnovnog znanja računovodstva je kao neko ko živi u stranoj zemlji bez znanja jezika. Znanje računovodstva pomaže ljudima svih doba u svim zemljama da razumeju svoje ekonomsko okruženje i upravljaju svojim svakodnevnim aktivnostima". – Charles T. Horngren, Gary L. Sundem and John A. Elliott, *Introduction to Financial Accounting*, Sixth Edition, Prentice – Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 1996, p. 2.

² Roger H. Hermanson, James Don Edwards and Michael W. Maher, *Accounting Principles*, Fifth Edition, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1992, p. 7.

³ Walter B. Meigs and Robert F. Meigs, *Accounting: The Basis for Business Decisions*, Seventh Edition, Mc Graw – Hill International Editions, New York, 1987, p. 28.

⁴ Detaljnije o tome videti: Dr Radoslav Stefanović, *Finansijsko izveštavanje u našoj zemlji*, *Knjigovodstvo*, 6-7/1994.

⁵ Horngren, Sundem and Elliott, op. cit. p. 7.

su na neki način pod uticajem rezultata preduzeća. Donosioci odluka unutar preduzeća su odgovorni za rezultat preduzeća".⁶

Predmet razmatranja u ovom radu biće samo jedno globalno područje računovodstva – finansijsko izveštavanje, i to njegova suština, okruženje i okvir. Pri tome, termin "finansijsko izveštavanje" koristićemo za obuhvatanje aktivnosti "finansijskog računovodstva i izveštavanja" kao jedinstvenog računovodstvenog segmenta u okviru celine računovodstva, što je, inače, uobičajena praksa u svetskoj računovodstvenoj literaturi, motivisana isključivo razlogom jednostavnosti.

1. Suština finansijskog izveštavanja

Finansijsko izveštavanje treba shvatiti kao proces obezbeđenja kvantitativnih finansijskih (računovodstvenih) informacija o preduzeću i njihovog komuniciranja zainteresovanim korisnicima, tj. donosiocima odluka. Globalnu strukturu informacija redovnog (periodičnog) finansijskog izveštavanja, uobičajeno godišnjeg ili i u kraćim vremenskim intervalima, pri tome čine (1) informacije o finansijskom položaju preduzeća – sredstvima, obavezama i sopstvenom kapitalu kao glavnim determinantama istog, (2) informacije o ostvarenom rezultatu poslovanja preduzeća – prihodima, rashodima i neto dobitku (gubitku) kao osnovnim elementima istog i (3) informacije o tokovima sredstava (promenama finansijskog položaja) – izvorima i upotrebi ukupnih ili neto obrtnih sredstava, ili prilivima i odlivima gotovine kao njihovim konstitutivnim elementima. Važnost ovih finansijskih informacija, koje tangiraju celinu preduzeća, je u tome što one, u stvari, otkrivaju ostvarenje rentabilnosti i likvidnosti – ključnih finansijskih ciljeva⁷ svakog tržišno orijentisanog preduzeća.

Primarne korisnike prezentiranih globalnih segmenata informacija čine eksterni korisnici (donosioci odluka), među kojima se, takođe, razlikuju dve grupe. To su: (1) eksterni korisnici sa direktnim finansijskim interesom – sadašnji i potencijalni investitori i kreditori i (2) eksterni korisnici sa indirektnim finansijskim interesom – poreski organi, regulatorne agencije, kupci, sindikati i ekonomski planeri.⁸ Ono što karakteriše mnoge eksterne korisnike, prvenstveno investitore i kreditore, jeste to

⁶ Hermanson, Edwards and Maher, op. cit. p. 13.

⁷ "Dva glavna finansijska cilja svakog profitno-orijentisanog preduzeća su (1) da postuje rentabilno i (2) da ostane likvidno". – Meigs and Meigs, op. cit. p. 29.

⁸ Jerry J. Weygandt, Donald E. Kieso and Walter G. Kell, *Accounting Principles*, Fourth Edition, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1996, p. 4.

što oni "generalno nemaju autoritet da propišu informacije koje žele i prema tome moraju da se oslone na informacije koje im menadžment saopštava".⁹

Međutim, pored eksternih kao primarnih, značajne korisnike pomenutih informacija finansijskog računovodstva čine, takođe, i različiti nivoi menadžmenta preduzeća kao interni korisnici (donosioci odluka). Pre svega zato što permanentno interesovanje menadžmenta treba da bude vezano za statički i dinamički aspekt finansijskog položaja i profitabilnosti preduzeća kao celine, o čemu informacije upravo i jedino pruža finansijsko računovodstvo.

Brojne i različite eksterne i interne upotrebe informacija o finansijskom položaju, rezultatu i tokovima sredstava, kao i ostalih računovodstvenih informacija, dovoljno jasno svedoče o njihovoj važnosti, tj. značaju računovodstva uopšte. "Bez računovodstva, naši postojeći sistemi proizvodnje, investiranja, kreditiranja i oporezivanja bili bi ozbiljno pogoršani".¹⁰

U praktičnom životu finansijsko izveštavanje se operacionalizuje posredstvom komunikacijskog kanala između menadžmenta (uprave) i korisnika informacija o preduzeću (donosioca odluka), pre svega eksternih. Polazeći od ove glavne relacije finansijskog izveštavanja, menadžment može da koristi različita pojedinačna sredstva za saopštavanje ranije pomenutih finansijskih informacija, koje čine srž finansijskog izveštavanja, zainteresovanim korisnicima. Među njima (sredstvima) posebno se izdvajaju finansijski izveštaji,¹¹ što je u skladu sa dominirajućim stavom računovodstvene teorije prema kome finansijski izveštaji predstavljaju primarno sredstvo komuniciranja menadžmenta sa eksternim korisnicima, tj. subjektima odlučivanja o finansijski izraženim aktivnostima preduzeća.¹² Ovakav stav teorije bazira se na praktičnom toku računovodstvenih informacija u računovodstvenom sistemu, koji sažeto prikazuje slika 1.¹³

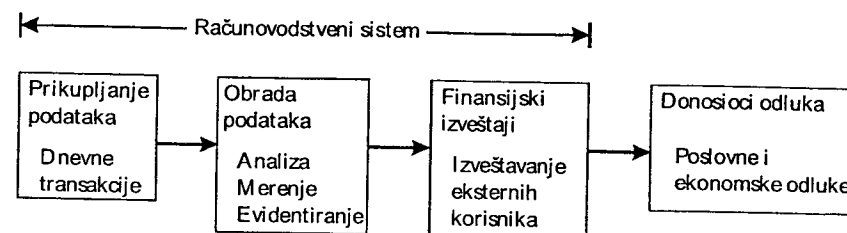
⁹ Reed K. Storey, *The Framework of Financial Accounting Concepts and Standards*, in: D.R. Carmichael, Steven B. Lilien and Martin Mellman (eds.), *Accountants' Handbook*, Seventh Edition, John Wiley and Sons, New York, 1991, chapter 1.55.

¹⁰ Weygandt, Kieso and Kell, op. cit. p. 5.

¹¹ "Finansijski izveštaji su glavni izvor finansijskih informacija za lica izvan preduzeća, a korisni su, takođe, za menadžment". – Meigs and Meigs, op. cit. p. 6.

¹² Jan R. Williams, *Financial Statements: Form and Content*, in: D.R. Carmichael, Lilien and Mellman, op. cit. chapter 4.2.

¹³ Daniel G. Short, *Fundamentals of Financial Accounting*, Seventh Edition, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, IL, 1993, p. 4.



Slika 1 – Tok računovodstvenih informacija

Najpoznatiji i najšire korišćeni finansijski izveštaji, koji se direktno ili indirektno izvlače iz okvira dvojnog knjigovodstva, su: (1) bilans stanja, (2) bilans uspeha (račun dobitka i gubitka), (3) izveštaj o tokovima sredstava (promenama finansijskog položaja), koji uključuje različite varijante u zavisnosti od korišćenog koncepta sredstava i (4) aneks, tj. odgovarajuće napomene uz finansijske izveštaje. Inače, kao finalni proizvod finansijskog računovodstva, koje primarno prikazuje rezultate eksternih transakcija preduzeća, svi ovi izveštaji se sastavljaju na bazi "istih osnovnih transakcija i istih finansijskih merenja ovih transakcija".¹⁴ Međutim, i pored jedinstvene osnove njihovog sastavljanja, navedeni izveštaji prezentiraju različite vrste finansijskih informacija o aktivnostima preduzeća za svaki određeni period vremena, i to: bilans stanja – informacije o finansijskom položaju u određenom vremenskom trenutku (na dan bilansa); bilans uspeha – informacije o ostvarenom rezultatu poslovanja za određeni vremenski period (poslovnu godinu); izveštaj o tokovima sredstava – informacije o tokovima sredstava (promenama finansijskog položaja) u datom obračunskom periodu. Zbog različitih vrsta informacija koje obezbeđuju, pomenuti glavni finansijski izveštaji, koji, uglavnom, konstituišu godišnji račun preduzeća u većini razvijenih zemalja, nisu alternativni, već komplementarni. To jasno znači da su svi oni, zajedno, neophodni za potpuno sagledavanje finansijski izraženih aktivnosti preduzeća.

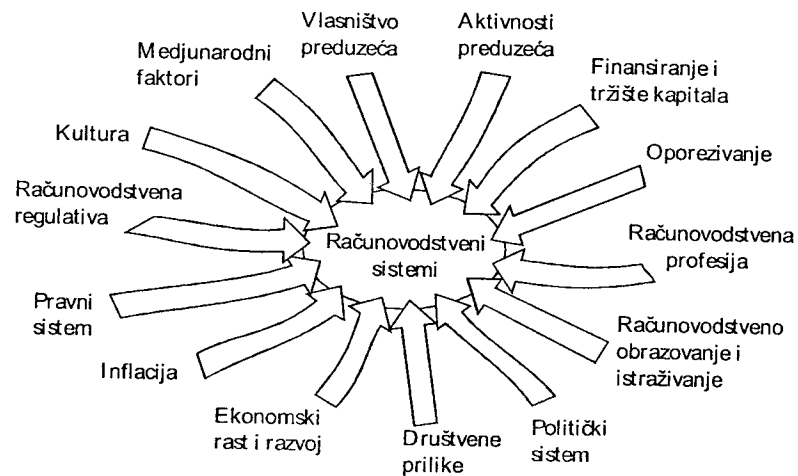
2. Okruženje finansijskog izveštavanja i njegovi elementi

Celina računovodstva se karakteriše neprestanim promenama. One su pretežno rezultat uticaja različitih, po prirodi promenljivih, društvenih, političkih i ekonomskih

¹⁴ Williams, op. cit. chapter 4.14.

faktora koji čine okruženje u kome računovodstvo funkcioniše, tj. ostvaruje svoju svrhu identifikovanja, merenja i komuniciranja informacija korisnih za potrebe odlučivanja. Otuda, verovatno, i potiče sledeća konstatacija: "U velikoj meri, računovodstvo je produkt svog okruženja".¹⁵

Konkretni faktori okruženja, sadržani u jednom od, po našem mišljenju, najpotpunijih modela uticaja okruženja na računovodstvo, jesu: priroda (vrsta) vlasništva preduzeća, poslovne aktivnosti preduzeća, izvori finansiranja i stepen razvoja tržišta kapitala, priroda sistema oporezivanja (poreskog sistema), egzistencija i značaj računovodstvene profesije, stanje računovodstvenog obrazovanja i istraživanja, priroda (vrsta) političkog sistema, društvene prilike, stepen ekonomskog rasta i razvoja, stopa inflacije, priroda pravnog (zakonodavnog) sistema, priroda računovodstvene regulative, kultura (društvene ili nacionalne vrednosti) i međunarodni faktori (faktori harmonizacije međunarodnog računovodstva). Ove dinamične faktore okruženja, čiji se uticaj na računovodstvo razlikuje i između i u okviru pojedinih zemalja tokom vremena, prikazuje slika 2.¹⁶



Slika 2 – Uticaji okruženja na računovodstvo

¹⁵ Lee H. Radebaugh and Sidney J. Gray, *International Accounting and Multinational Enterprises*, Fourth Edition, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1997, p. 46.

¹⁶ Isto, p. 47-48.

Sušтина uticaja različitih faktora okruženja, prikazanih na slici 2, sastoji se u tome što oni "oblikuju, odražavaju i pojačavaju karakteristike računovodstva jedinstvene za svako nacionalno okruženje".¹⁷ Pri tome, pod uticajem okruženja u kome funkcioniše naročito se nalazi eksterno orijentisano područje celine računovodstva – finansijsko izveštavanje (finansijsko računovodstvo i izveštavanje). Naročito, jer "finansijsko računovodstvo podleže kontinuiranom procesu ispitivanja, preispitivanja i promena",¹⁸ pretežno usled promenljivih društvenih, političkih i ekonomskih uslova (faktora) koji konstituišu okruženje njegovog funkcionisanja.

Glavne elemente koje uključuje promenljivo okruženje finansijskog izveštavanja, i odnose između njih, ilustruje slika 3.¹⁹ Ona pokazuje da su za sadržaj finansijskih izveštaja zainteresovane različite grupe korisnika informacija. S obzorom na heterogenost odluka koje donose, postoje različita gledišta između i u okviru pojedinih grupa o informacijama koje treba obelodaniti u finansijskim izveštajima.

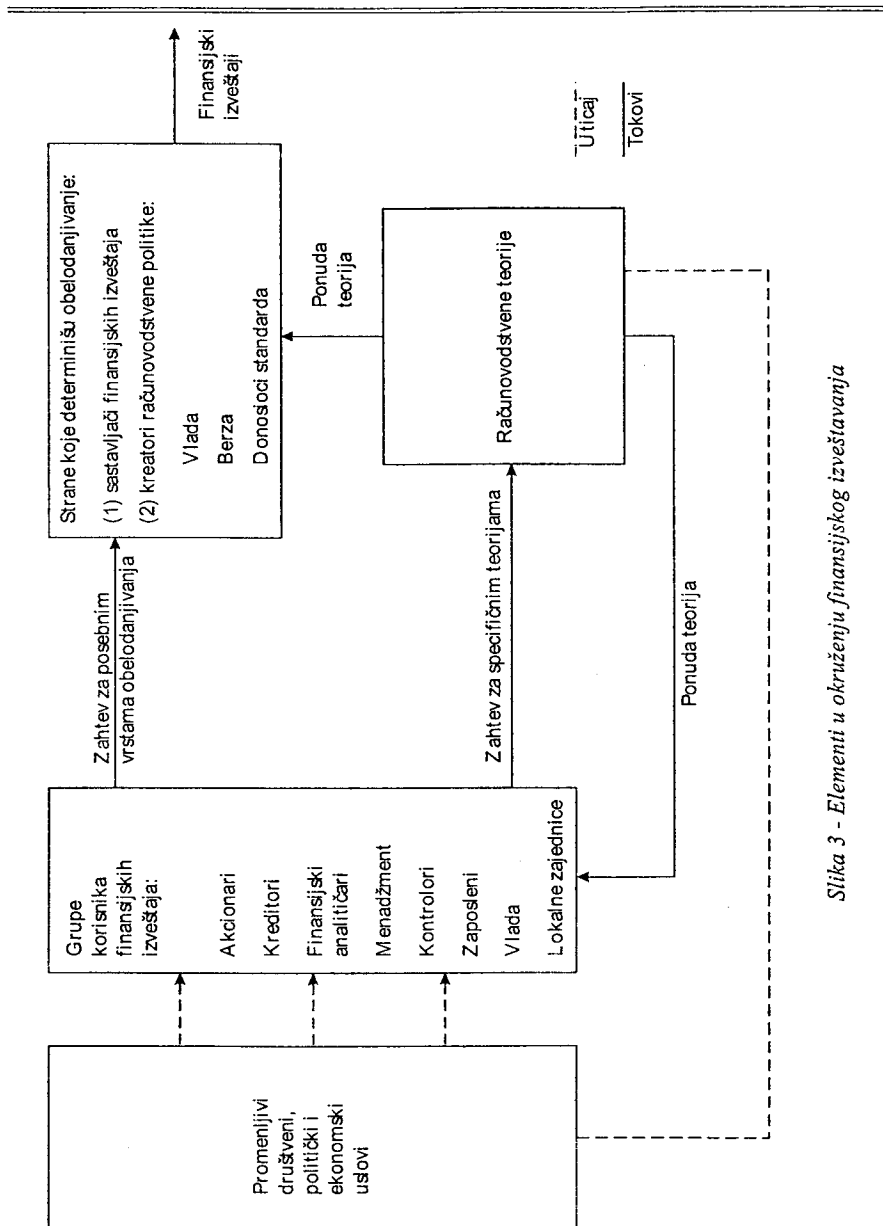
Različiti zahtevi za informacijama usmereni su prema onima koji iste obezbeđuju – isporučiocima informacija. Slika 3 pokazuje da su za obim i metod obelodanjivanja informacija odgovorne sledeće dve grupe: (1) sastavljači finansijskih izveštaja i (2) kreatori računovodstvene politike – regulatori. Među onima koji pripremaju finansijske izveštaje – sastavljačima, primarna odgovornost za finansijsko izveštavanje leži, sasvim prirodno, na menadžmentu preduzeća. U neregulisanom okruženju finansijskog izveštavanja, menadžment operacionalizuje pomenutu odgovornost tako što izveštaje sastavlja prema zahtevima tržišta i u saglasnosti sa principima i pravilima razvijenim tokom vremena. Međutim, zbog nesposobnosti slobodnog funkcionisanja tržišta da obezbedi optimalno rešavanje problema finansijskog izveštavanja, potencirane prirodnom sklonošću menadžmenta ka bilansnim deliktima – falsifikovanju i zamagljivanju finansijskih izveštaja,²⁰ potreba odgovarajućeg regulisanja kompleksne problematike finansijskog izveštavanja danas nije sporna. Na strani regulatora finansijskog izveštavanja, čiji se regulativni uticaj razlikuje i između i u okviru pojedinih zemalja tokom vremena, javljaju se: vlada, berza i donosioci standarda, tj. profesio-

¹⁷ Isto, p. 62

¹⁸ Bary Elliott and Jamie Elliott, *Financial Accounting and Reporting*, Prentice Hall International (UK) Ltd, London, 1993, p. XVII.

¹⁹ Brian Underdown and Peter J. Taylor, *Accounting Theory and Policy Making*, Heinemann: London, 1985, p. 7.

²⁰ O tome dovoljno jasno govori empirijski potvrđen stav jednog od komiteta američke Komisije za hartije od vrednosti i berze (Securities and Exchange Commission – SEC) iznet još 1977. godine, koji glasi: "Postoje mnogi primeri poznati članovima komiteta koji dokazuju da su falsifikovanja finansijskih izveštaja i druge zloupotrebe procesa obelodanjivanja tolerisane veoma dugo, bez mogućnosti tržišta da na neki način ostvari dovoljno, pouzdano ili blagovremeno obelodanjivanje". – Isto, p. 9.



Slika 3 - Elementi u okruženju finansijskog izveštavanja

nalne računovodstvene asocijacije. Oni regulišu finansijsko izveštavanje tako što sastavljačima finansijskih izveštaja nameću odgovarajuće zahteve obelodanjivanja. U tom kontekstu, vlade nameću zakonske zahteve koji su u većini razvijenih zemalja sadržani u njihovim zakonima o preduzećima, a u našoj zemlji u posebnom zakonu – Zakonu o računovodstvu. Berze, pak, zahtevaju određeni minimum obelodanjivanja kao uslov dopuštanja da se akcije preduzeća na njima kotiraju. I najzad, profesionalne računovodstvene asocijacije, kao što su, na primer, Odbor za računovodstvene standarde (Accounting Standards Board – ASB) u Velikoj Britaniji, Odbor za standarde finansijskog računovodstva (Financial Accounting Standards Board – FASB) u SAD ili Savez računovođa i revizora kod nas, regulišu finansijsko izveštavanje putem objavljivanja i primenjivanja računovodstvenih standarda.

Imeđu elaboriranih elemenata okruženja finansijskog izveštavanja prisutna je stalna borba mišljenja u pogledu sadržine finansijskih izveštaja. S obzirom na to, sva tri elementa – korisnici informacija, sastavljači i regulatori – koriste računovodstvenu teoriju, i to: korisnici informacija – da podrži njihove razloge za sadržaj obelodanjivanja; sastavljači – u podršci svoga izbora onoga što se obelodanjuje; regulatori – u podršci svoga izbora onoga što se zahteva da bude obelodanjeno.

Inače, računovodstvena teorija se od strane Američke računovodstvene asocijacije definiše kao "set bazičnih koncepata i pretpostavki i povezanih principa koji objašnjavaju i usmeravaju akcije računovođa u identifikovanju, merenju i komuniciranju ekonomskih informacija".²¹ Na bazi analize dosadašnjeg razvoja računovodstvene teorije izveden je sledeći zaključak: "Računovodstvene aktivnosti se obavljaju više stotina godina, ali opšta teorija računovodstva koja ima univerzalnu prihvatljivost još nije razvijena".²² Dakle, umesto jedinstvene, opšteprijatljive teorije, prisutno je više različitih računovodstvenih teorija, kako je to na slici 3 i predstavljeno, jer "računovodstvena teorija je još u svojoj razvojnoj fazi".²³ Njihova zajednička karakteristika sastoji se u tome što su se pretežno razvijale u kontekstu rešavanja postojećih (tekućih), a ne anticipiranja novih (budućih) problema. Time što se zasnivaju na objašnjenju onoga što jeste, a ne onoga što treba da bude, različite računovodstvene teorije dobijaju karakter pozitivnih, a ne normativnih teorija.

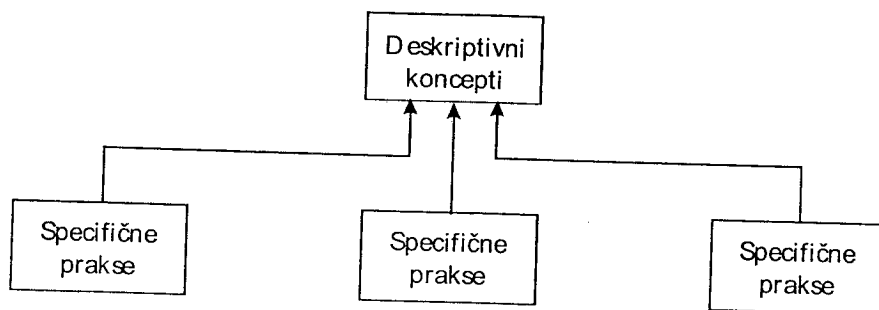
Polazeći od rečenog, jasno je da računovodstveni koncepti (principi i ostala opšta pravila) koji konstituišu takve (pozitivne) teorije, a koji predstavljaju idejnu osnovu finansijskog izveštavanja u većini razvijenih zemalja, imaju karakter deskriptivnih koncepata (descriptive concepts) – koncepata koji obezbeđuju generalne

²¹ Hermanson, Edwards and Maher, op. cit. p. 556.

²² Richard G. Schroeder and Myrtle Clark, Accounting Theory: Text and Readings, Fifth Edition, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1995, p. 25.

²³ Isto, p. 2.

deskripcije postojećih (tekućih) računovodstvenih praksi. Inicijalni korak u njihovom razvoju jeste ispitivanje računovodstvenih praksi u tekućoj upotrebi. Na bazi izvršenog ispitivanja specifičnih tekućih praksi, razvijaju se koncepti koji obezbeđuju opšte deskripcije takvih praksi. S obzirom na to, korišćeni prilaz u procesu razvoja deskriptivnih koncepata se označava kao induktivni ("Bottom Up") prilaz. Njega jasno ilustruje slika 4.²⁴



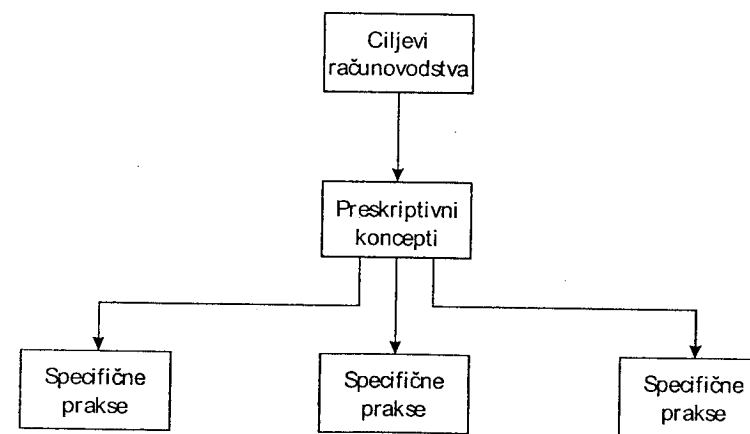
Slika 4 – Induktivni ("Bottom Up") proces razvoja deskriptivnih računovodstvenih koncepata

3. Teorijski okvir finansijskog izveštavanja

Već smo istakli da finansijsko izveštavanje (finansijsko računovodstvo i izveštavanje) podleže kontinuiranom procesu ispitivanja, preispitivanja i promena. Nesporno je, svakako, da je taj proces, kao rezultat uticaja promenljivih faktora okruženja, sračunat na poboljšanje kvaliteta, a time i verodostojnosti finansijskog izveštavanja. O neophodnosti permanentnog poboljšavanja finansijskog izveštavanja, koje treba da bude u funkciji što veće uspešnosti sistema slobode preduzetničke aktivnosti, tj. tržišnog privređivanja, dovoljno jasno govori stav jednog od komiteta Američke računovodstvene asocijacije (AAA), iznet još 1971. godine, prema kome "dok je suviše reći da opstanak sistema slobode preduzetničke aktivnosti zavisi od pobolj-

šanja u sadašnjim metodama finansijskog izveštavanja, nije suviše reći da on ne može nikada dostići svoj puni potencijal bez njih".²⁵

Međutim, u okviru računovodstvene profesije najrazvijenijih zemalja, a naročito njenog dela odgovornog za stanje i razvoj računovodstvenih principa (standarda), već odavno postoji saglasnost o tome da se zahtevano poboljšanje prakse finansijskog izveštavanja ne može zasnivati samo na konceptima razvijenim na bazi rešavanja postojećih specifičnih problema, tj. idući od problema do problema (problem – by – problem basis) – deskriptivnim konceptima. Naprotiv, umesto deskriptivnih koncepata, koji su zbog procesa njihovog razvoja često međusobno nekonzistentni, osnovu za permanentno poboljšavanje kvaliteta finansijskog izveštavanja treba da čine preskriptivni koncepti (prescriptive concepts) – koncepti koji propisuju računovodstvene prakse koje računovođe treba da slede (buduće prakse). Početni korak u procesu razvoja ovih koncepata odnosi se na formulisanje ciljeva (svrha) računovodstva. Jasno identifikovani ciljevi predstavljaju tada osnovu za razvoj koncepata koji propisuju različite specifične prakse koje računovođe treba da slede u realizaciji istih (prethodno formulisanih ciljeva). S obzirom na to, korišćeni prilaz u procesu razvoja preskriptivnih koncepata se označava kao deduktivni ("Top – Down") prilaz, koji prikazuje slika 5.²⁶



Slika 5 – Deduktivni ("Top – Down") proces razvoja preskriptivnih računovodstvenih koncepata

²⁴ Kermit D. Larson and Paul B.W. Miller, Financial Accounting, Fifth Edition, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1992, p. 874.

²⁵ David Solomons, Making Accounting Policy: The Quest for Credibility in Financial Reporting, Oxford University Press, Inc., New York, 1986, p. XII.

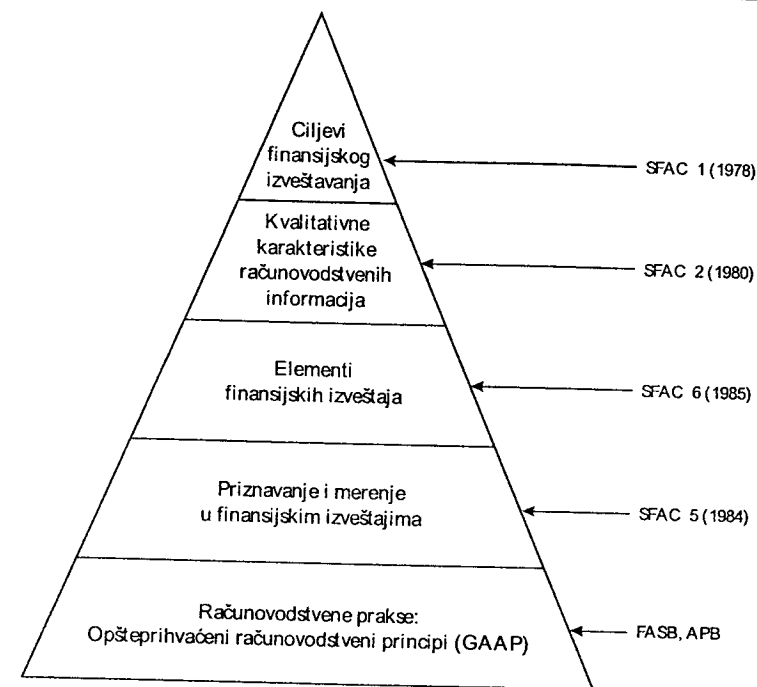
²⁶ Larson and Miller, op. cit. p. 874.

Razvoj preskriptivnih računovodstvenih koncepata (principa i ostalih opštih pravila) treba posmatrati u jednom širem kontekstu – kontekstu razvoja teorijskog okvira finansijskog izveštavanja, koji se najčešće sreće pod nazivom "konceptualni okvir". Ovo zbog toga što koherentno razvijen konceptualni okvir upravo treba da bude u funkciji usmeravanja razvoja računovodstvenih praksi i poboljšanja kvaliteta finansijskog izveštavanja. S obzirom na to, kao i na sve kompleksnije zahteve okruženja u odnosu na praksu finansijskog izveštavanja, "potreba za konceptualnim okvirom je adresovana širom sveta".²⁷ Ona je za računovođe predstavljala i još uvek predstavlja veoma izazovan i delikatan zadatak. Kao odgovor na pomenutu potrebu, o kojoj postoji rastuća međunarodna saglasnost, u proteklim godinama razvijeno je više konstrukcija konceptualnog okvira, objavljenih kako od strane profesionalnih računovodstvenih asocijacija tako i pojedinaca.

Najreprezentativnijim među njima smatra se Projekat konceptualnog okvira (Conceptual Framework Project) američkog FASB-a. Ovaj projekat, na kome je FASB radio praktično od svog osnivanja (1973), rezultirao je u seriji od šest Izveštaja o konceptima finansijskog računovodstva (Statements of Financial Accounting Concepts – SFAC), publikovanih u periodu između 1978. i 1985. godine. Svrha serije, navedena u SFAC No. 1, "... je da izloži osnove na kojima će standardi finansijskog računovodstva i izveštavanja biti bazirani. Konkretnije, Izveštaji o konceptima finansijskog računovodstva su namenjeni da utvrde ciljeve i koncepte koje će Odbor za standarde finansijskog računovodstva koristiti u razvijanju standarda finansijskog računovodstva i izveštavanja".²⁸

Hijerarhija na slici 6²⁹ prikazuje FASB-ov okvir i njegova četiri povezana Izveštaja o konceptima (Concept statements) koji se odnose na privredna preduzeća.³⁰

Osnovu ove hijerarhije, kako to pokazuje slika 6, predstavljaju opšteprihvaćeni računovodstveni principi (Generally Accepted Accounting Principles – GAAP). Njih (principe) u SAD zvanično čine standardi doneti od strane FASB-a i njegovog prethodnika – Odbora za računovodstvene principe (Accounting Principles Board – APB).



Slika 6 – FASB-ov Konceptualni okvir za finansijsko izveštavanje

Detalnija razmatranja nekih od izveštaja FASB-ovog okvira su vršena u našim ranijim istraživanjima.³¹ Kako je razmatranje ostalih takode poželjno, a prevazilazi okvire ovog rada, ono će biti predmet jednog od naših narednih istraživanja.

* * *

Jedan od narednih zadataka u reformskim aktivnostima vezanim za naš računovodstveni sistem bi, po našem mišljenju, morao da se odnosi na razvijanje teorijskog ili konceptualnog okvira za finansijsko izveštavanje. To bi konkretno trebalo da bude

²⁷ Elliott and Elliott, op. cit. p. 221.

²⁸ Robert E. Hoskin, Financial Accounting: A User Perspective, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1994, p. 7.

²⁹ Paul Danos and Eugene A. Imhoff, Jr, Introduction to Financial Accounting, Second Edition, Richard D. Irwin, Inc., Burr Ridge, Illinois, 1994, p. 774.

³⁰ SFAC 4 je izostavljen jer se odnosi na neprivredne organizacije; SFAC 3 je, pak, zamenjen SFAC-om 6.

³¹ O ciljevima finansijskog izveštavanja privrednih preduzeća (SFAC 1) videti: Dr Radoslav Stefanović, op. cit.; o kvalitativnim karakteristikama računovodstvenih informacija (SFAC 2) videti: Dr Radoslav Stefanović, Finansijsko izveštavanje kao osnova za donošenje odluka – kvalitativni aspekt, Knjigovodstvo, 12/93.

zadatak Saveza računovođa i revizora Jugoslavije (SRRJ), koji je članom 66. Zakona o računovodstvu ovlašćen da donosi računovodstvene standarde.

Neophodni koraci koje bi SRRJ sledio u razvijanju pomenutog okvira bili bi: (1) pažljivo proučavanje okruženja, (2) formulisanje traženih ciljeva, (3) identifikovanje kvalitativnih karakteristika računovodstvenih informacija i (4) definisanje osnovnih elemenata finansijskih izveštaja.³² Na bazi tako utvrđenog okvira, SRRJ vršio bi revidiranje postojećih i donošenje novih računovodstvenih standarda, čija bi primena u praksi finansijskog izveštavanja omogućila ostvarenje prethodno postavljenih ciljeva.

Ovakvim pristupom automatski bi se ostvarilo neophodno uključivanje naše zemlje u sve prisutnije tendencije međunarodne harmonizacije finansijskog izveštavanja, što je bitan uslov za internacionalizaciju poslovanja.

³² Hermanson, Edwards and Maher, op. cit. p. 570.

Dr Emilija Vuksanović*

EDI, ELEKTRONSKO TRŽIŠTE I INTERNET COMMERCE U TRGOVINSKOM CIKLUSU

Apstrakt – U ovom radu razmatra se odnos između ključnih tehnologija elektronskog trgovanja – EDI-ja, elektronskog tržišta i Internet Commerc-a. Rezultati analize pokazuju da između pomenute tri kategorije ne postoji jasna distinkcija, da one međusobno korespondiraju, da ni jedna od njih ne može da pokrije sve faze u realizaciji trgovinskog ciklusa i da u izvesnoj meri dolazi do preklapanja njihovih funkcija.

Abstrakt – The subject of this paper is the problem identification distinctions among three major technologies in trade cycle – EDI, Electronic Commerce and Internet Commerce. The results identified that: in trade cycles exist their corresponding, no one technology is enough for complete trade cycles and between their functions exist grey areas.

1. Uvod

U savremenoj literaturi postoji znatan stepen neusaglašenosti po pitanju definisanja elektronske trgovine. Posebne dileme sreću se u domenu pozicioniranja uloge internet tehnologija u trgovinskom ciklusu. Internet commerc (IC) se sve više promovise kao esencijalni način savremenog komercijalnog poslovanja. Međutim, činjenica je da se elektronsko poslovanje obavljalo dugo pre njegove pojave, na bazi EDI-ja i elektronskog tržišta (Electronic Market – EM). Ove tehnologije su u velikoj meri i u relativno dugom vremenskom periodu uticale na razvoj elektronskog trgovanja, da bi u novije vreme postao dominantan uticaj IC.

Kako bi se eliminisala opasnost od stvaranja semantičkih konfuzija, usled promena koje nastaju sa uključivanjem novih tehnologija u realizaciju trgovinskog ciklusa, potrebno je preispitvanje određenih pojmovnih kategorija, sagledavanje potreba

* Vanredni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

određenih redefinisanja i utvrđivanja jasnih distinkcija između njihovih pojedinačnih funkcija i uloga u trgovinskom ciklusu.

2. EDI u elektronskoj trgovini

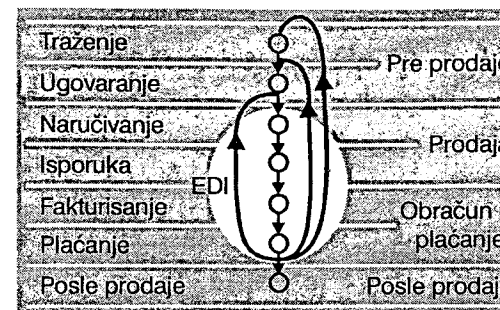
Vitalni elementi procesa elektronskog trgovanja su elektronska razmena podataka (Electronic Data Interchange – EDI) i elektronski prenos sredstava (Electronic Fund Transfer – EFT).

Kao poseban oblik interorganizacionih informacionih sistema EDI se ozbiljnije razvija od osamdesetih godina, zamenjujući sve više druge forme interorganizacionih informacionih sistema. U njemu se najpre traži sredstvo koje obezbeđuje konkurentске prednosti svojim korisnicima, da bi kasnije sve više postajao način poslovanja.

U najširem smislu, EDI kao jedan od načina elektronskog obavljanja interorganizacionih transakcija, definiše se kao tehnologija pomoću koje se vrši elektronska razmena formatiranih, poslovnih dokumenata između kompjuterskih sistema trgovinskih partnera (kupaca i prodavaca). Podaci reprezentuju različita transakciona dokumenta (narudžbenica, faktura, otpremnica i td.) u standardizovanom formatu.

EFT obuhvata elektronsku razmenu podataka, informacija i instrukcija potrebnih za realizaciju plaćanja. Njegova funkcija u elektronskoj trgovini je da obezbeđuje razmenu informacija potrebnih za prenos monetarne vrednosti elektronskim putem sa jednog računa na drugi, bilo direktnom međubankarskom komunikacijom ili preko posrednika, zahteva izuzetno visok nivo autentičnosti, tačnosti i sigurnosti. Njime se obezbeđuje samo autorizacija za prenos sredstava sa računa kupca na račun prodavca.

Komuniciranje se može obavljati: 1. direktno između trgovinskih partnera ili 2. preko posebnih informacionih mreža (Value-Added Network – VAN). Prvi način je bio praktično moguć i prihvatljiv u ranoj fazi i od partnera je zahtevao slične komunikacione protokole, iste brzine prenosa, istovremenu raspoloživost linija i kompatibilnost kompjuterskih sistema. Kako su ovi uslovi bili sve teže ostvarivi, sa multipliciranjem broja partnera rešenje se nalazi u uvođenju posebnih informacionih mreža (VAN) koje obično pružaju i dodatne usluge. Sami podaci se u ranim fazama prezentiraju u privatnim (vlastitim) formatima, baziranim na dogovoru manjeg broja partnera, da bi kasnije, sa multipliciranjem broja učesnika sposobnih za elektronsko poslovanje, bili zamenjeni nacionalnim i internacionalnim standardizovanim formatima.



Slika 1. EDI i trgovinski ciklus (4)

Ova vrsta elektronskih komunikacija ima brojne aplikacije. Razlike se pojavljuju i usled razlika u stepenu intenzivnosti, funkcionalnosti, dometa i integrisanosti njene primene. Sa proliferacijom novih vrsta EDI sistema dolazi do evoluiranja samih definicija i potrebe uvođenja novih klasifikacija. Odnosi učesnika u mreži formiraju se najpre na principima zatvorenih, a kasnije i otvorenih trgovinskih odnosa.

Zatvoreni trgovinski odnosi formiraju se kada se na bazi velikog broja transakcija, među učesnicima između kojih postoji visok stepen poverenja i na bazi visokog stepena koordinacije, ostvaruju ekstra beneficije po osnovu informacionog partnerstva. U zavisnosti od prirode funkcionalnih odnosa između učesnika mogu se formirati različite vrste informacionog partnerstva koje obezbeđuju porast interne i sistemske efikasnosti na bazi unapređenja specifičnih elemenata.

Tip tržišnog informacionog partnerstva zasniva se na opciji koordiniranja sa konkurentima ili specijalizaciji u podeli posla. Ova vrsta partnerstva formira se u cilju ostvarivanja dobiti po osnovu korišćenja prednosti ekonomije obima, a zasniva se na strategiji sticanja novih komitenata ili novih teritorija putem podele fiksnih troškova, potrebnih za realizaciju ciljeva učesnika u informacionom partnerstvu (kombinovani marketing programi avioprevoznika, hotelijera, emitenata kreditnih karata i td.).

Intraindustrijsko partnerstvo ima za cilj da obezbedi koncentraciju kapitala i znanja potrebnog za funkcionisanje određenih segmenata poslovanja za celu granu industrije, zahteva formiranje pull-a resursa, a koristi se često u kooperacijama manjih i srednjih kompanija. Tipičan primer ove vrste informacionog partnerstva su bankarski ATM sistemi.

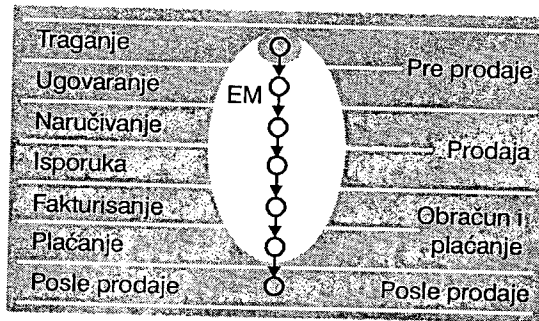
Komitentsko partnerstvo uspostavlja se na relaciji prodavac-kupac, ima za cilj ostvarivanje beneficija za oba učesnika na bazi realokacije određenih funkcija. Ono najčešće izrasta iz mreže koju prodavac formira za pružanje usluga svojim komitentima, mada je moguće i uključivanje trećeg učesnika u ovaj odnos.

Vođeno partnerstvo nastaje u slučajevima kada prodavac (provajder) informacione tehnologije, donoseći novu tehnologiju, obezbeđuje platformu za stvaranje novih proizvoda ili usluga inicijalnim učesnicima.

U situacijama, kada se formiraju otvoreni trgovinski odnosi nije moguće ostvariti beneficije po pomenitim osnovama, a adekvatna primena EDI tehnologije zahteva standardizaciju poslovnog scenarija koji će omogućavati automatsku kontrolu i svih interakcija između različitih uloga u poslovnom scenariju. Ovakvi uslovi mogu biti opšteg ili specijalnog karaktera, a karakteristični su za odnose koji se uspostavljaju za kraći vremenski period i za samo izvestan broj transakcija. Tipičan primer odnosa ove vrste sreće se u poslovima međunarodnog dokumentarnog akreditiva.

3. Elektronsko tržište

Elektronsko tržište (EM) se u najopštijem smislu shvata kao interorganizacioni informacioni sistem preko koga kupci i prodavci mogu da vrše razmenu informacija o ponuđenim proizvodima i cenama, a njegove praktične implementacije se sreću i na robnim i na finansijskim tržištima. Sistem se odnosi na neregularan trgovinski ciklus u kome se svaka nova transakcija (potencijalno) razlikuje od prethodne i u kome je faza traženja centralna u obavljanju posla (tipičan primer su sistemi za rezervacije i kupovine avionskih karata).



Slika 2. Elektronsko tržište u ciklusu trgovine (4)

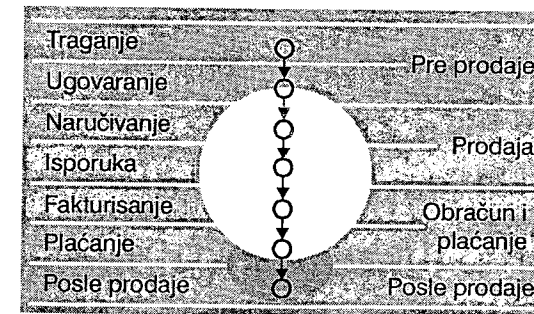
Njegovo prihvatanje dolazi kao posledica porasta stepena koordinacije u ekonomskim aktivnostima (za razliku od sistema na principima elektronske hijerarhije). Iskustvo u praksi pokazuje da je primena elektronskog tržišta u porastu u onim sektorima u kojima se već koristi ali da nije došlo do značajnije ekspanzije njegove

primene na nova tržišta. Deo teškoća za formiranje novih elektronskih tržišta dolazi od nastojanja prodavaca da ostvare konkurentsku prednost diferenciranjem proizvoda i tehnikama vezivanja komitenata, jer postoji opasnost da porast efikasnosti u distribuciji informacija dovede do opadanja profita prodavaca na tržištu roba.

Mada se elektronsko tržište može razviti iz kategorije EDI sistema u kojoj se pojavljuje veliki broj učesnika i na strani ponude i na strani tražnje informacionih usluga (m:m), njegova implementacija je mnogo teža i složenija od implementacije EDI-ja, ali je u relacijama koje dozvoljavaju restrikcije postavljene od strane prirode proizvoda i snage strukture u trgovinskom sektoru, moguća njegova efektivna primena u okviru elektronske trgovine.

4. Internet tehnologije u elektronskoj trgovini

Jedna od osnovnih promena u poslovanju preduzeća danas je sve veća baziranost na principima interneta (internetworked enterprises). Internet i ostale tehnologije bazirane na internet principima, u preduzećima (intranets) i između preduzeća i njihovih partnera (extranets) kao i druge mreže, postaju primarna informaciono-tehnološka infrastruktura koja podržava poslovne operacije, što je posebno evidentno u domenu elektronskog trgovanja.



Slika 3. Intranet i trgovinski ciklus (4)

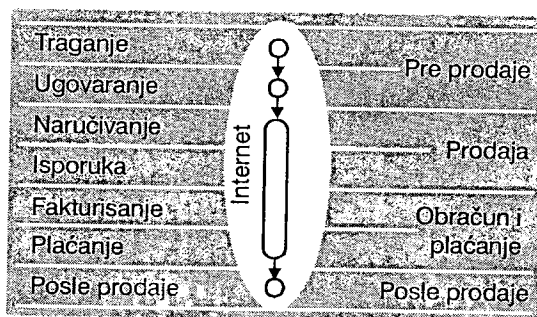
Intranet, kao jedna od privatnih mreža koja je zasnovana na principima interneta ograničena je u sadašnjim uslovima na podršku prodajne i obračunske faze trgovinskog ciklusa. U funkcionalnom smislu ima određenih sličnosti sa elektronskim tržištem. One se odnose na podržavanje neregularnih trgovinskih ciklusa u kojima se svaka nova transakcija (potencijalno) razlikuje od prethodne. Ključna razlika proizilazi iz

razlika u odnosu prema fazama koje predhode prodaji. Dok je faza traženja centralna u obavljanju poslova putem elektronskog tržišta, poslovne transakcije preko interneta je u sadašnjim uslovima ne podržavaju. Očekuje se da će u daljem razvoju poslovnih aplikacija intraneta doći do proširivanja njegove primene na postprodajnu fazu.

Sama upotreba interneta se odlikuju krajnjom fleksibilnošću. On, sa jedne strane, može da bude korišćen kao VAN za EDI komunikaciju, a sa druge strane, kao mreža (network) za ulaz na elektronsko tržište. U praksi se pojavljuju aplikacije elektronske trgovine između preduzeća međusobno, između preduzeća i njihovih komitenata (kupaca) i između preduzeća i državnih organa. Elektronska trgovina uključuje elektronsko trgovanje robama, uslugama i elektronskim materijalom.

Elektronsko trgovanje između preduzeća međusobno, obuhvata aplikacije elektronskog poslovnog tržišta i direktnu tržišnu vezu (link) između preduzeća. Informacije o tržištu i proizvodima, u ovoj aplikaciji mogu da se distribuiraju preko WWW ili putem EDI-ja (preko interneta ili ekstraneta).

Uloga interneta u aplikacijama personalnih transakcija je u jednom delu slična ulozi klasičnih šoping centara. Ovim aplikacijama se razvijaju sistemi ponude i prodaje proizvoda i usluga potrošačima preko virtuelnih prodavnica i tržnih centara, putem interaktivnog procesiranja narudžbenica i sistema elektronskih plaćanja. Međutim, pored ove sličnosti postoje i veoma bitne razlike. One proizilaze iz sposobnosti interneta da pokrije sve faze trgovinskog ciklusa.



Slika 4. Internet i trgovinski ciklus (4)

Mogućnost funkcionalnog pokrivanja potreba svih faza trgovinskog ciklusa donosi potrebu za reinžinjerinom distribucionih sistema u cilju smanjenja troškova kao i drastične promene u poslovima reklamiranja i marketinga. Respektovanje ovih promena nameće potrebu redefinicije pojma elektronske trgovine.

Elektronska trgovina postaje generalni koncept koji pokriva sve forme obavljanja poslovnih transakcija i razmene informacija u uslovima elektronskog tržišta, korišćenjem elektronske razmene podataka ili komercijalnih servisa javnih mreža kao što je internet. Redefinisana u tom smislu, ona obuhvata poslove razvoja proizvoda, marketinga (interaktivni marketing), prodaju, isporuku, servisiranje i plaćanje, odn. podržava kompletan međuodnos između poslovnih partnera, prodavaca i kupaca.

Međutim, mada IC kao komercijalni servis interneta može da pokriva u celini iregularni trgovinski ciklus između pojedinaca i trgovinskih organizacija, treba imati u vidu da se praktične mogućnosti korišćenja ovih prednosti često ograničavaju samo na određene kategorije komitenata ili roba, pa čak i na jednu do dve faze trgovinskog ciklusa.

Sušтина problema se satoji u tome što tehničke solucije same po sebi nisu dovoljne da bi bile i praktično prihvaćene. Da li će na pr. isporuka u elektronskoj trgovini preko interneta dati pozitivne rezultate ili ne, zavisi i od vrste proizvoda, kupaca i prodavaca. Informacije, muzički i softverski proizvodi mogu se isporučivati elektronski, proizvodi malih dimenzija mogu poštom bez bitnijih problema, ali će veliki proizvodi zahtevati specijalne aranžmane koji mogu biti nepogodni i skupi. U poslednjem slučaju mogućnosti će biti slične korišćenju EDI tehnologije.

Za fazu plaćanja ključno pitanje je da li plaćanja u elektronskoj formi imaju obezbeđen adekvatan stepen sigurnosti. Ukoliko to nije obezbeđeno učesnici će preferirati drugim sistemima za prenos finansijskih sredstava, posebno kada se radi o plaćanjima velikih iznosa, a odvojenost tokova prenosa finansijskih sredstava će eliminisati mnoge potencijalne beneficije elektronske trgovine preko interneta.

5. Zaključak

U realizaciji ciklusa elektronskog trgovanja može učestvovati veći broj različitih tehnologija, u zavisnosti od prirode trgovinskog procesa, statusa i međuodnosa partnera i frekvencije i stepena standardizacije.

Pojava internet tehnologija, koje su danas još uvek u fazi evoluiranja, izazvala je krupan preokret u daljem razvoju elektronskog trgovanja, stvaranjem mogućnosti pokrivanja svih faza trgovinskog ciklusa, za određenu kategoriju roba i usluga.

U uslovima komercijalne upotrebe interneta (i ostalih tehnologija baziranih na internet principima) pojam elektronske trgovine se proširuje, sa faza izvršavanja i obračuna kupoprodajnih transakcija i na faze koje im predhode i slede.

Između uloga EDI-ja, elektronskog tržišta i internet commerc-a, , ne postoji jasna distinkcija, već se pre može reći da one međusobno korespondiraju, a u izvesnoj meri čak dolazi i do preklapanja njihovih funkcija.

Ni jedna od analiziranih tehnologija, koje danas predstavljaju samu srž elektronske trgovine, ne može da pokrije sve faze u realizaciji ciklusa elektronskog trgovanja, za sve vrste roba.

Literatura

- [1] Helmueltmut Krcmar and ..., edit., EDI in Europe: how it works in practice, pp 1-19., 1995.
- [2] O'Brien James, Introduction to Information Systems- An Internetworked Enterprises Perspective, pp 229-249, 1998.
- [3] Vuksanović Emilija, Finansijski EDI u funkciji integracije informacionih tokova elektronske trgovine, 5. yedi konferencija, Elektronsko poslovanje- mogućnosti, izazovi, str. 101-104, Subotica 26-29. 1998.
- [4] Whiteley David, Would you buy an ice-cream cone over the Internet, The 11th International Bled Electronic Commerce Conference, June 8-10, pp 324-339, 1998.

EKONOMSKA TEORIJA I RAZVOJNA POLITIKA

Dr Ilija Rosić*

NEKA MAKROEKONOMSKA PITANJA ZNAČAJNA U IZUČAVANJU NACIONALNE EKONOMIJE

Apstrakt. Cilj pozitivne ekonomije, koja se bavi ciljevima i naučnim objašnjenjima funkcionisanja privrede, je da pojasni način na koji društvo donosi odluke o proizvodnji, potrošnji, razmeni dobara. Time se saznaje zašto privreda funkcionise na način na koji funkcionise, a dobija se i solidna baza za predviđanje kako bi privreda reagovala u situaciji kada bi se neke okolnosti promenile.

Saznanja iz drugih naučnih disciplina i drugih nauka, Ekonomika Jugoslavije bogato koristi da bi dala odgovor na pitanja iz domena svog predmeta izučavanja. U objašnjenju velikog broja nepoznanica iz privrednog rasta, strukture i funkcionisanja, posebno su značajna saznanja koja se dobijaju od Makroekonomije i od Opšte teorije ekonomskih sistema.

Odnos Makroekonomije i Ekonomika Jugoslavije treba posmatrati kao odnos opšteg i pojedinačnog. Sličnosti proizilaze iz opšteg pristupa problema rasta, strukture i funkcionisanja, dok su razlike u tome što Ekonomika Jugoslavije proučava sva ta pitanja konkretno vezana za privredu naše zemlje, koristeći pri tom opšta saznanja Makroekonomije.

Abstract. The aim of positive economy, which deals with aims and scientific explanations of economy functioning, is to clear up the way in which a society makes decisions about production, consumption, exchange of goods. Thusm we find out why economy functions in the way it functions and we obtain a solid base foreseeing how economy would react to the situation when some circumstances would change. The aim of normative economy is to offer recommendations based on individual valuable judgement.

Economics of Yugoslavia uses fully knowledge from other scientific disciplines and other sciences in order to give answer to questions from the domain of its subject of study. In the explanation of a great number of unknown facts. From economic

* Redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

growth, structure and functioning, especially significant knowledge is obtained from Macroeconomics and General of Economic Systems.

The relationship of Macroeconomics and Economics of Yugoslavia should be regarded as the relationship of general and individual. The similarities result from general approach to the problem of growth, structure and functioning while differences are in that that Economics of Yugoslavia studies all these questions which are concretely related to the economy of our country using general knowledge of Macroeconomics.

1. Pojam makroekonomije

Makroekonomija je nauka o agregatnom ponašanju privrede kao celine. Agregatni trendovi nisu ništa drugo nego rezultat miliona individualnih odluka pojedinačnih firmi o angažovanju kapitala, o novoj zaposlenosti, o kretanju cena, o ponašanju na tržištu, o povezanosti u nove ekonomske celine, i sl. Makroekonomija se, dakle, bavi sveukupnim (opštim) ekonomskim tendencijama, a ne pojedinačnim tendencijama razvitka određenih firmi ili regiona. Takvim izučavanjem Makroekonomija stvara opšti okvir za razumevanje procesa donošenja pojedinačnih odluka na nivou firmi ili drugih manjih ekonomskih celina.

Govoreći o pojmu Makroekonomije, Robert Gordon ističe: "Mnoge teme se mogu smestiti u jednu od dve kategorije: makroekonomija i mikroekonomija. Reč makroekonomija potiče od grčke reči "makro" što znači veliko, a mikroekonomija potiče od grčke reči "mikro", što znači malo. Ili, drugačije rečeno, makroekonomija izučava ukupnu (opštu) agregatnu ekonomiju a mikroekonomija dezagregirane sastavne delove." [1] Logično je otuda, što makroekonomija daje odgovor na neka suštinska ekonomska pitanja, kao što su: od kojih faktora i kako zavisi ekonomski rast? Kakve su i koje posledice male i velike nezaposlenosti? Šta dovodi do ekonomskih ciklusa? Kakva je uloga države u pospešivanju ekonomskog rasta, obuzdavanju inflacije i smanjenja velike nezaposlenosti? Kako ekonomske izmene u jednoj zemlji utiču na privredni razvoj susednih zemalja i okruženja u celini. Prema Saksu, makroekonomska analiza se sastoji iz tri etape. [2] U prvoj etapi makroekonomske analize se postavlja opšte teoretski okvir za najznačajnija makroekonomska pitanja kako bi se razumeo proces donošenja odluka pojedinačnih preduzeća ili domaćinstava, modelirajući ponašanje izabranog, tzv. reprezentativnog preduzeća ili domaćinstva na osnovu teoretski definisanih ekonomskih instrumentarija.

U drugoj etapi posredstvom agregiranja vrši se sagledavanje pojedinačnih odluka individualnih domaćinstava i preduzeća i kroz tu prizmu se sagledavaju opšte ekonomske tendencije i ukupna ponašanja privrede.

Na osnovu dobijenih informacija u drugoj etapi, u trećoj etapi se objašnjavaju tekuća ili predviđaju buduća kretanja, čime se dobija odgovor da li je postavljeni teorijski okvir realan i ima li smisla. Istovremeno se opšteteorijski okvir obogaćuje nalazima empirijske analize. "Najveći broj glavnih pitanja kojima se bavi Makroekonomija uključuje ukupni nivo proizvodnje, nezaposlenost, cene, spoljnu trgovinu, šta utiče na njihov tekući nivo? Šta određuje promene ovih varijabli u kratkom a šta u dugom roku? Zašto je dohodak danas veći nego pre 50 ili 100 godina? Šta uzrokuje recesiju a šta ekspanziju? Šta utiče na kratkoročne fluktuacije društvenog proizvoda? Šta su uzroci inflacije? Šta određuje dugoročni prosečni nivo cena u privredi? Šta određuje kratkoročne fluktuacije rasta cena? Kako objasniti fenomen istovremenog rasta nezaposlenosti i rasta cena? Kakav je značaj trgovinskog bilansa, deficita ili suficita na funkcionisanje privrede i šta određuje njegovo kretanje u kratkom ili dugom roku? Šta određuje komponente agregatne tražnje (potrošnja, investicije, državna potrošnja, saldo trgovinskog bilansa), čime je definisana agregatna ponuda i šta određuje ravnotežni proizvod. Ovo su samo neke od oblasti na koje makroekonomisti pokušavaju da pruže odgovor. [3]

Makroekonomija, dakle uočava i definiše globalne probleme ekonomske misli (4(dajući odgovore na pitanja tipa: šta utiče da nacionalna privreda bude bogatija ili siromašnija? Šta utiče na ovakvu ili onakvu raspodelu nacionalnog dohotka? Kako se građani u jednoj zemlji ponašaju prema budućnosti? Zašto je npr. u poslednjih deset godina poovećanje cena u Argentini imalo intenzivan rast? Zašto je rast cena u Švajcarskoj bio neznatan? Šta utiče na slabljenje američkog dolara u odnosu na japanski jen? Zašto SAD imaju veći uvoz nego izvoz?, i sl.

Jedno od važnijih područja istraživanja u Makroekonomiji jeste i uticaj politike države posebno fiskalne i monetarne na ukupna kretanja u privredi. Napor Makroekonomije treba da ide u pravcu traženja optimalne uloge države kako se ne bi gušila inicijativa pojedinačnih firmi, odnosno kako bi se stvorile racionalne veze između privrede i ekonomske politike (jer su one nepredvidive i nestabilne), čime bi se stvorila zdrava osnova za upravljanje privredom. U odnosima privrede i ekonomske politike, makroekonomija treba, dakle, da pomogne kreatorima ekonomske politike da ocene potencijalne efekte alternativnih politika, čime se omogućava poboljšanje ekonomske politike, odnosno i samo funkcionisanje privrede.

2. Konkretnije sagledavanje nekih makroekonomskih pitanja značajnih za izučavanje ekonomike Jugoslavije

Ekonomika Jugoslavije je jedan od ogranaka ekonomskih nauka. U objašnjenju privrednog rasta, strukture i funkcionisanja konkretnog ekonomskog sistema, ona koristi saznanja drugih naučnih disciplina u sistemu ekonomskih nauka kao i drugih društvenih i prirodnih nauka. Ekonomske nauke su u okviru društvenih nauka u određenom smislu bazične nauke, jer proučavaju ekonomske zakone koji regulišu međusobne odnose ljudi na području proizvodnje materijalnih dobara i proizvodne snage na kojima se ti odnosi zasnivaju.

Cilj pozitivne ekonomije, koja se bavi ciljevima i naučnim objašnjenjima funkcionisanja privrede, je da pojasni način na koji društvo donosi odluke o proizvodnji, potrošnji, razmeni dobara. Time se saznaje zašto privreda funkcionise na način na koji funkcionise, a dobija se i solidna baza za predviđanje kako bi privreda reagovala u situaciji kada bi se neke okolnosti promenile. Cilj normativne ekonomije je da ponudi preporuke zasnovane na individualnom vrednosnom sudu. Brojne su propozicije u pozitivnoj ekonomiji oko kojih postoji saglasnost među ekonomistima. Tako, na primer, postoji saglasnost po stavu da kada država uvede porez na neku robu, da će cena te robe da poraste. Međutim, normativno pitanje da li je taj rast cena poželjan unosi sasvim drugu dimenziju u taj problem i izazvaće različite reakcije ekonomista, koji će, u zavisnosti od različitosti sopstvenih vrednosnih sudova, davati i različite preporuke za rešenje ovog problema.

Saznanja iz drugih naučnih disciplina i drugih nauka, Ekonomika Jugoslavije bogato koristi da bi dala odgovor na pitanja iz domena svog predmeta izučavanja. U objašnjenju velikog broja nepoznanica iz privrednog rasta, strukture i funkcionisanja, posebno su značajna saznanja koja se dobijaju od Makroekonomije i od Opšte teorije ekonomskih sistema.

U davanju odgovora na pitanja iz oblasti strukture i funkcionisanja konkretnog ekonomskog sistema, Ekonomika Jugoslavije se u značajnoj meri oslanja na neka opšta saznanja društvenih nauka. U vreme tzv. socijalističkog razvoja bivše SFRJ, u literaturi se puno prostora davalo odnosu Ekonomike Jugoslavije sa Političkom ekonomijom socijalizma. Razvoj tzv. real socijalizma i teorijski ispravna (ali u stvarnosti nikad postavljena niti ostvarena) ideja o potrebi stvaranja demokratskog društva i demokratske kontrole privrede, stvorili su pomalo nerealan shvatanje o potrebi stvaranja i posebnog zaokruživanja Političke ekonomije socijalizma. Teškoće, sa kojima se ovako zamišljena nauka suočavala, bile su višestruke i rezultat su, pre svega, protivurečnosti koje su nastajale na relaciji realnosti (postojanja totalitarnih sistema) i propovedanja demokratije kao civilizacijske tekovine društva. Otuda nije ni čudo što smo se osamdesetih godina, obilaskom više Univerziteta u zemljama tzv. real

socijalizma i prilikom razgovora sa poznatim profesorima koji se bave izučavanjem ove problematike, suočili sa istim ili sličnim problemima koje smo iz ovog domena imali i u našoj zemlji. Naime, Politička ekonomija socijalizma nije uspela da odgovori ni na pitanja šta je osnovni cilj socijalističke proizvodnje, ni koja je to motivaciona poluga u takvom "socijalizmu".

Ta činjenica, kao i iskorak iz određenih ideoloških zabluda, ostavlja nam prostora da realno ukažemo na neka otvorena pitanja (neka su na nivou dilema a neka nisu ni dobila odgovor) u opšte teorijskom pristupu u sadašnjem vremenu, koristeći pri tom savremena makroekonomska shvatanja i nekih zapadnih ekonomista kao i postojeću realnost u razvoju nekih zapadnoevropskih ekonomija.

Kao opšta nauka, Makroekonomija pruža neophodnu teorijsku bazu na kojoj se može dalje da gradi ekonomika jedne konkretne zemlje. S obzirom da sve ekonomske nauke čine povezan sistem sa međusobnim povratnim uticajem, ističemo da Makroekonomija zauzima posebno mestu ukazujući na osnovne zakone kretanja i razvoja privrede i društva, osnovne dinamičke faktore, osnovne ciljeve razvitka i tome slično. Njoj su, svakako, potrebna brojna empirijska istraživanja drugih nauka, a pre svega ekonomskih, da bi mogla da vrši određena uopštavanja i da izvlači pravilnosti u razvoju privrede.

Odnos Makroekonomije i Ekonomike Jugoslavije treba posmatrati kao odnos opšteg i pojedinačnog. Sličnosti proizilaze iz opšteg pristupa problema rasta, strukture i funkcionisanja, dok su razlike u tome što Ekonomika Jugoslavije proučava sva ta pitanja konkretno vezana za privredu naše zemlje, koristeći pri tom opšta saznanja Makroekonomije.

Oslanjajući se na saznanja Makroekonomije, Ekonomika Jugoslavije posebno očekuje od nje da sa više jasnoće da odgovor na veliki broj pitanja, među njima posebno ističemo sledeća:

1. Definisanje osnovnog cilja proizvodnje. Postojanje i razvoj tzv. socijalističkih zemalja stvorio je i pogodne uslove za nastanak tzv. "Političke ekonomije socijalizma", koja je, pre svega, trebala da da odgovor na pitanje šta je osnovni cilj privrednog razvoja u socijalizmu. Nemogućnost da se iz odgovarajućih institucionalnih rešenja i odgovarajućeg empirijskog iskustva da valjana osnova "Političkoj ekonomiji socijalizma" da da odgovor na ovo krucijalno pitanje, dovoljno govori i o uspešnosti takvog društvenog sistema za koga su neki ekonomisti s pravom upozoravali da jugoslovensko iskustvo i praksa peljuje svet od ideje socijalizma. Koristeći postojeća iskustva, "Politička ekonomija socijalizma" je osnovni cilj privrednog razvoja u socijalizmu nalazila bilo u: a) najpotpunijem zadovoljavanju potreba stanovništva izraženog kroz maksimiziranje individualne potrošnje, bilo u b) maksimalnom zadovoljavanju potreba stanovništva u smislu maksimiziranja društvenog standarda shvaćenog kao komplementarnost jedinstva individualne i kolektivne potrošnje. U sistemima

koji su kao polaznu osnovu prizivali demoraciju a u praksi je vrlo malo imali, nije se moglo ni očekivati da se osnovni cilj privrednog razvoja izdigne iznad potrebe za maksimizacijom materijalnog blagostanja. Uzmimo za primer bivšu SFRJ. Zakonom o udruženom radu iz 1976. godine institucionalizovana je maksimizacija dohotka kao osnovni cilj preduzeća i privrede u celini. Borba za maksimizaciju materijalnih vrednosti ostavila je po strani (ili negde pri dnu hijerarhijske lestvice) mnoge druge vrednosti koje se mogu označiti civilizacijskim ciljevima. Ta činjenica najbolje ukazuje i na kvalitet jednog društvenog sistema koji je postojao. To je ujedno i jedno od opravdanja i za Političku ekonomiju socijalizma što je osnovni cilj privrednog razvoja u socijalizmu tražila i na marginama materijalnih vrednosti.

Kontroverze, nejasnoće i mnoge dileme nalazimo i u savremenim naučnim razmišljanjima autora razvijenih zapadnoevropskih zemalja i SAD, što najbolje govori o svojoj težini da se definiše jedan sveopšti pristup osnovnom cilju privrednog razvoja. U knjizi UNDERSTANDING CAPITALISM – Competition, Command and Change in The U.S. Economy (New York, 1991.) Samuel Bowles i Richard Edwards, u XI poglavlju Investiranje, proizvodnja i zaposlenost ističu: "Jedna od stvari koje je najteže razumeti i prihvatiti, u vezi s našom privredom jeste činjenica da gotovo uvek postoje preduzeća koja ne rade i ljudi koji traže posao, a u isto vreme ima mnogo nezadovoljenih ljudskih potreba. Ljudima trebaju proizvodi koje su nezaposleni radnici mogli proizvesti da su radili u preduzećima koja ne rade. Ipak oni ne rade. Zašto?"

Jedan primer: Salinas Country u Kaliforniji – bogato poljoprivredno područje – zvanično je bilo proglašeno područjem u kome vlada glad. Zašto? Zbog toga što tamošnji nezaposleni radnici nisu imali novca da kupe hranu.

Ili jedan uopšteniji primer iz 1982. godine. U proseku je dnevno 30% industrijskog kapaciteta u SAD bilo neiskorišćeno. Da su kapaciteti bili potpuno iskorišćeni, sve privremeno zatvorene firme ili preduzeća sa nepotpunim korišćenjem kapaciteta, proizveli bi društveni proizvod vredan oko 100 milijardi dolara ili dobra u vrednosti od 1.250 dolara po svakom domaćinstvu u SAD. Kapaciteti nisu bili neiskorišćeni zato što nije bilo ljudi koji bi hteli da rade. Nasuprot, 1982. godine u proseku je dnevno 10,7 miliona ljudi tražilo posao i nije ga nalazilo.

Činjenica, da postoje neiskorišćena sredstva za rad, nezaposleni ljudi i nezadovoljene potrebe suprotna je našem svakodnevnom ponašanju. Ako trebate stalažu za knjige a imate alat i daske, kao i vremena, prionut ćete na posao i napraviti policu. Kada organizujemo svoju sopstvenu proizvodnju – u porodici, malim grupama ili sami za sebe, neće nam se dogoditi da imamo neiskorišćene alatke ili nezaposlene ruke i nezadovoljene potrebe. To je zato što kada proizvodimo za sebe cilj nam je da napravimo nešto što nam je potrebno (ili što u najmanju ruku želimo). Ako imamo

nezadovoljene potrebe i alat i vremena da obavimo posao mi ćemo ga jednostavno obaviti.

Savremena privreda nasuprot tome, organizovana je sasvim drugačije. Svrha proizvodnje roba nije u tome da se zadovolji neka potreba; svrha je stvaranje profita, određenije rečeno, ukoliko vlasnici koji upravljaju proizvodnim procesom ne veruju da će ostvariti profit, oni i ne započinju proizvodnju; jednostavno ostavljaju sredstva za rad i fabrike neiskorišćene i ne unajmljuju radnike. [5]

Ukazujući na činjenicu da se teorijska razmatranja osnovnog cilja privrednog razvoja kreću u dijapazonu od isticanja značaja individualne koristnosti do maksimizacije materijalnih vrednosti (profita, dobiti, dohotka, akumulacije, i sl.), mi smo upravo ukazali da je pitanje jasnog definisanja osnovnog cilja od veoma velikog praktičnog značaja i daleko je od toga da bude samo teorijsko pitanje. Jer u zavisnosti od toga šta smatramo osnovnim ciljem jednog društva određivaće se čitava politika njegovog razvoja. Cela skala društvene koristnosti pojedinih materijalnih dobara je i u čvrstoj zavisnosti od tačno definisanog cilja materijalne proizvodnje: šta u celini i pre svega njome želimo da postignemo?

Polazeći od najnovijih dostignuća u Opštoj teoriji ekonomskih sistema, pre svega, sve više se maksimiziranje društvenog blagostanja prihvata kao najsveobuhvatniji pojam koji pored svih oblika potrošnje obuhvata još i sve komponente položaja čoveka u društvu (političke slobode, nivo demokratije u donošenju krupnih društvenih odluka, nivo slobode štampe i informisanja u celini i sl.). Da bi ovako formulisani cilj bio realizovan, potrebna je optimizacija velikog ekonomskog sistema kao podsistema celog društvenog sistema koji takođe mora imati optimalan nivo organizovanosti. "U optimalnom društvenom sistemu sve potrebe i društva u celini i svakog pojedinca najbolje su zadovoljene. Optimalni društveni sistem pretpostavlja da su svi njegovi podsistemi, u koje ulazi i privreda, takođe optimalni, što znači svaki član takve društvene zajednice u najboljoj srazmeri zadovoljava sve svoje potrebe, a ne samo potrebe u materijalnim dobrima. Takođe, takvo društvo ne bi patilo od neproporcionalnog razvitka shvaćenog u dinamičkom smislu, koji uvek izaziva smanjenje efikasnosti društvenih sredstava, odnosno smanjenje racionalnosti u najširem njenom značenju." [6]

Nažalost, dosadašnji razvoj teorije optimizacije društvenih sistema kao i nerasčišćenost nekih osnovnih teorijskih problema ne omogućavaju davanje potpunog odgovora na pitanje kakav treba da bude sistem osnovnih ciljeva privrednog i društvenog razvitka, polazeći pri tom od potrebe stalne smene osnovnih ciljeva i ograničavajućih uslova kao i od njihovog različitog prioriteta u vremenu.

2. Kvantifikacija važnosti neke potrebe kao i znanja o kvantifikaciji društvene koristnosti proizvedenih materijalnih dobara je druga oblast od ogromne važnosti za

izučavanje ekonomike jedne zemlje a na koju Makroekonomija nije dala zadovoljavajući odgovor. Istina, definisati društveno priznatu potrebu i odrediti kako se meri društvena važnost pojedinih potreba zahteva čvrstu saradnju većeg broja društvenih a i nekih prirodnih nauka. Nažalost, od društvenih nauka nije dobijen odgovor ni na pitanje kako naći najbolji metodološki pristup takvim istraživanjima. Kako onda možemo govoriti o jasnoći osnovnog i čitavog sistema izvedenih ciljeva privrednog i društvenog razvitka ako neznamo jasan odgovor na pitanje kolike su ukupne potrebe nekog društva, kao i ako nemamo predstavu o značaju svake potrebe sa društvenog stanovišta.

"Sa navedenim pitanjima, kao njihovo logično produženje, javlja se i problem socijalne stratifikacije društva kao rezultat raspona u ličnim dohocima do kojih se ide u nekoj zemlji. To opet ima svojih daljih implikacija ne samo na strukturu lične potrošnje, već je time predodređen u najvećoj meri odnos lične i opšte potrošnje, predodređen je stepen neposredne obaveze društva u regulisanju kretanja životnog standarda stanovništva, itd." [7]

3. Uloga države u razvoju privrede je treća oblast koja se široko može tretirati i predstavlja jedno od centralnih ekonomskih pitanja u savremenim uslovima razvoja. Država ili tačnije donosioci odluka u raznim državnim institucijama (na lokalnom, republičkom ili federalnom nivou) takođe je i samostalni ekonomski akter. Glavne državne ekonomske aktivnosti mogu se razmatrati u nekoliko nivoa: a) država kao proizvođač, b) kao mikroekonomski regulator, c) kao distributer i d) kao makroekonomski regulator.

Kao proizvođač, država zapošljava ljude u javnim preduzećima od kojih su najznačajnija železnica, energetika, pošta, zdravstvo, školstvo, vojska, milicija, i sl.

Kao mikroekonomski regulator, država utiče na to šta će se proizvoditi, način na koji će se dobra i usluge proizvoditi i na mesto gde će se proizvoditi. Da bi u tome uspela, upotrebljava razna sredstva, od poreza, subvencija pa do propisivanja raznih standarda i dozvola. Kao mikroekonomski regulator država, takođe, utiče i na raspodelu.

Kao distributer, država utiče na raspodelu dohotka između grana i grupacija između određenih područja, odnosno ekonomskih regiona, između bogatih i siromašnih, između ljudi različitih starosti i sl.

Kao makroekonomski regulator, država koristi različite metode kojima utiče na poslovni ciklus i kontroliše nestabilnost cena, profita i zaposlenosti koje proizilaze iz njegovog naizmjeničnog ritma ekspanzije i recesije.

Imajući u vidu veliku ulogu države u razvoju nacionalne privrede, postavlja se pitanje u kojoj meri je moguće ostvariti pravila demokratske vladavine od strane donosioca odluka u raznim državnim institucijama. Iz jednog ugla posmatrano, postoji

moć i privilegovanost nosioca kapitala (bilo da je to država ili privatnici) pri čemu se vrlo često ekonomska sredstva mogu pretvoriti u političku moć. Uzmimo samo za primer razne političke kampanje. Sloboda govora i štampe (koja važi i za TV i radio) jamči da ljudi mogu reći i da novinari mogu napisati šta žele. Sa druge strane onaj ko je vlasnik medija u periodu političkih kampanja njima manipuliše na razne načine kako bi izmenio javno mnjenje.

Drugi ugao posmatranja uloge države je vladavina pravila demokratske vladavine koja daje veliku moć biračkom telu, tj. velikoj većini punoletnih građana. Pravila su demokratske države unapred legalno usvojena institucionalna rešenja kojima je svrha da se tačno zna kako se donose javne odluke i ko ih donosi. Institucionalna rešenja koja su demokratski doneta su kao i pravila u košarci ili vaterpolu na primer, ona određuju samo kako treba igrati igru demokratske vladavine a ne ko će pobediti.

Moć kapitala i funkcija je vrlo često u direktnoj suprotnosti sa skupinom pravila demokratske vladavine. Vrlo često na primer, institucionalna rešenja (pravila) su veoma demokratski postavljena, pa ipak ta ista pravila ne osiguravaju svakom građaninu da ima više -manje jednak uticaj na ishod procesa državnog odlučivanja. Vrlo često oni koji imaju novac, vlast ili druga sredstva da lobiraju, objavljuju oglase, podupiru svoje kandidate, itd. verovatno će imati više političkog uticaja, čak i kada se demokratska pravila dosledno poštuju.

Imajući u vidu značajnu ulogu države u privrednom razvoju jedne nacionalne ekonomije, smatramo da je neophodno da društvene nauke daju odgovor na nekoliko pitanja. Pre svega, mora se jasno definisati minimum demokratske vladavine u jednoj zemlji. Mišljenja smo da bi taj minimum demokratske vladavine morao da obuhvati barem dve stvari: a) demokratski pristup izborima uz opšte i jednako pravo glasa i b) ostvarivanje svih građanskih i ličnih sloboda. Osim toga, moraju se jasno definisati uzroci i posledice konfliktnih situacija između nosioca moći i vlasti koji su često suprotni principima demokratske vladavine. Ta konfliktnost može ostaviti izuzetno teške posledice po ekonomski razvoj i ličnu i opštu motivisanost ljudi.

Naveli smo tri velike grupe nedovoljno osvetljenih problema iz domena Makroekonomije, radi ulustracije dokle idu danas mogućnosti Ekonomike Jugoslavije da pruža objašnjenja razvoja i funkcionisanja jugoslovenske privrede kao celine, odnosno da ukážemo na limitiranost u traženju konkretnih odgovora za dobijanje optimalnih institucionalnih rešenja kada je reč o konkretnom privrednom sistemu.

Literatura:

- [1] Robert J. Gordon, A division of Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois, London, England, 1990. (str. 4)

- [2] Jeffrey D. Sachs, Felipe Larrain B., *Macroeconomics in the Global Economy*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Hersey, (prevod na ruski jezik, "Delo", Moskva, 1996. g. str. 21)
- [3] Dr N. Čobeljić, dr I. Rosić, dr G. Pitić, *Makroekonomija i privredni razvoj*, Komino trade, Kraljevo, 1997. g.
- [4] Boyes, W., Melvin, M., *Macroeconomics*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1991.
- [5] Samuel Bowles and Richard Edwards: *Understanding Capitalism, Competition Command and Change in The U.S. Economy*, New York, 1991.
- [6] Dr N. Čobeljić, dr I. Rosić: "Privredni razvoj i privredni sistem Jugoslavije", *Savremena administracija*, Beograd, 1992. god, str. 6.
- [7] *Ibid.*, str. 6.

Dr Katarina Stanković*

TOKOVI RAZVOJA SAVREMENE EKONOMSKE TEORIJE

Apstrakt: U radu se prezentuje i analizira razvoj savremene ekonomske teorije kao rezultat promena i potreba savremenih privreda i sazrevanja samih ideja i novih spoznaja. Savremenu ekonomsku misao danas predstavlja skup međusobno povezanih, ali u biti samostalnih i odvojenih teorija predstavljenih kroz monetarizam, novu klasičnu makroekonomiju, ekonomiju ponude i novi kejnzijanizam. U radu se naglašava da složenost savremenih odnosa i institucija u privredi, njihova raznovrsnost i isprepletanost, zahtevaju sintezu više različitih teorija.

Kontroverze između pojedinih škola su ne samo poželjne, jer podsticajno deluju na razvoj same ekonomije kao naučne discipline, već i nužne, imajući u vidu specifičnost predmeta njenog istraživanja i potrebe njenog prilagođavanja realnom životu.

Abstract: The contemporary economic theory development is presented and analyzed in the paper as the result of changes and needs of modern economies and ripening of the very ideas and new knowledge. Nowadays a modern economic thought represents a group of mutually connected, but in essence independent and separate theories presented through Monetarism, New Classical Macroeconomics, Supply - side Economics and New Keynesian. It is emphasized in the paper that complexity of the contemporary relations and institutions in economy, their variety and interlace require the synthesis of several different theories.

Contradictions among individual schools are not only desirable because they act as stimulus on the development of the economy as a scientific discipline, but also necessary, having in mind the specific subject of its research and a need of its adjustment to a real life.

* Vanredni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

Uvod

Promene u razvoju savremene ekonomske teorije i politike nastajale su pod uticajem tekućih događaja, promena i potreba savremenih privreda, ali i sazrevanja samih ideja i novih spoznaja. I mada je teško utvrditi prirodu činioca koji uslovljavaju promene opšte prihvaćene teorije ("mainstream economics") i na njoj zasnovane ekonomske politike u smislu jasno postavljenih uzročno-posledičnih veza, očigledno je da interakcija događaja i ideja postoji. Zadatak istoričara razvoja ekonomske misli i jeste upravo da otkrivaju tu međuzavisnost, pri čemu često uzrok i posledica menjaju mesta.

I mada je evolucija ekonomske teorije i politike poslednjih decenija tekla kroz mnoga osporavanja, "kontrarevolucije" i često izgledala kao idejno "bojno polje", do radikalne promene ili do nove "revolucije" nije došlo. Objašnjenje ove pojave uglavnom se tumači činjenicom da su radikalne promene u mišljenju i teoriji ipak retke i da su nove škole po svojoj suštini ostale u okviru postojeće teorijske strukture, a po osnovnim pretpostavkama znače i "vraćanje" na tradicionalna klasična shvatanja.¹

Ovo "vraćanje" starim ekonomskim idejama poznato je u istoriji ekonomskih doktrina tako što su se stare ideje stavljale u nove uslove, ili su se u novim okolnostima pojavljivale kao "nove" ideje. Inače u tumačenju nastanka i razvoja pojedinih vladajućih paradigmi, kao teorijskih osnova praktične ekonomske delatnosti, mogu se na nivou opštih tendencija, primetiti ciklično ponašanje, često upoređeno sa kretanjem klatna. Ali šta je uzrok zaustavljanja klatna i njegovog kretanja u suprotnom pravcu, bilo je i biće predmet spora istoričara ekonomskih doktrina. Međutim, može se primetiti da postoji opšta saglasnost da do radikalnih promena u načinu mišljenja uvek dolazi nakon neuspeha vladajuće teorije da reši novo nastale probleme. Ukoliko je taj raskorak između realnosti i teorije veći utoliko je i zahtev za promenom vladajuće paradigme nužan i opravdan. Između ta dva perioda, nestanka stare paradigme i nastanka nove, period je menjanja i prilagođavanja teorije realnim okolnostima. U tom procesu nastaju alternativna teorijska shvatanja stvarnosti, koja se i sama neprestano menja, menjajući istovremeno prioritete ciljeva i sredstva neophodna za njihovo ostvarenje. O ovom procesu često se govori kao o krizi ekonomske teorije i potrebe njenog prevazilaženja. Međutim, za taj progresivan korak neophodna je i akumulacija znanja i činjenica. Otuda je progres nauke diskontinuitetan. Ustvari, kako je to primetio Lester Thurow (Lester C. Thurow), malo je ekonomista, poput Marksa i Kejnosa, snažno uticalo na "dnevni red" društva, većina je spremna da saraduje u tom dnevnom redu.²

¹ R. Dornbusch, S. Fischer (1987) *Macroeconomics*, McGRAW-HILL, str. 660-662.

² L. C. Thurow (1987) *Opasni tokovi razvoja ekonomske teorije*, CEKADE, Zagreb, str. 39.

Upravo zato savremenu ekonomsku teoriju, koju čine različite škole, posmatramo kao proces nastao rušenjem paradigme neoklasične sinteze i nastojanja izgradnje nove. Mnogi očekuju da će škola racionalnih očekivanja, odnosno nova klasična škola, u budućnosti postići taj cilj,³ dok drugi, sa manje ili više ograde, smatraju da je ona već izvršila revoluciju u makroekonomskoj teoriji i politici.⁴ Ipak smatramo da je ispravnije shvatanje po kome je postojala kejnzijanska revolucija u tridesetim godinama i evolucija prema sve više sofisticiranom pristupu stvarnosti, pri čemu se toj stvarnosti prilazi sa različitih teorijskih pozicija. Upravo Popperova evolucionistička teza ukazuje na mogućnost da u nekom vremenskom periodu "normalna nauka" može da se zasniva na alternativnim teorijskim paradigmatama koje se razvijaju uticajuci jedna na drugu.⁵

1. Razvoj savremene ekonomske teorije

Značaj kriza u nauci, naglašavao je Kun, je u tome što one ukazuju da je došlo do potrebe i prilike za izmenu "oruđa", odnosno postojeće paradigme. Takva kriza u ekonomskoj teoriji nastala je sedamdesetih godina kada vladajuća ekonomska paradigma, predstavljena neoklasičnom sintezom (sinteze postmaršalijanske mikroekonomske i postkejnzijanske makroekonomske teorije) nije bila u stanju da pruži adekvatna rešenja za novo nastale ekonomske probleme – istovremenu pojavu inflacije i nezaposlenosti. Postojeće stanje među vodećim ekonomskim teoretičarima Vilijem Nordhaus je opisao: "Kao bombardovana armija, kritikovani zbog pogrešnih predviđanja, zabrinuti zbog izgubljenih bitaka s hroničnom inflacijom, zburjeni zbog razdora među vodećim ekonomistima, ne znaju u kom pravcu da se povlače. Iz pepela poraza izvire nova falanga sukobljenih teorija, slučajan skup odbačenih teorija iz prošlosti i nepouzdanih maštanja o budućnosti".⁶

Pojavi ove krize u ekonomskoj teoriji i politici predhodio je relativno dug period ospona ekonomske teorije i politike zasnovane upravo na tzv. kejnzijanskoj ortodoksiji. O optimističkom stanju u ekonomskoj profesiji i o privrednom prosperitetu govori činjenica da su profesori na Harvardskom univerzitetu 1966. godine studentima ekonomije izvodili tačnu računicu o doprinosu svakog pojedinačnog eko-

³ R. Dornbusch, S. Fischer, op.cit., str. 694.

⁴ D. Leslie (1993) *Advanced Macroeconomics*, McGRAW-HILL, str. 177.

⁵ K. Popper (1973) *Logika naučnog otkrića*, Nolit, Beograd.

⁶ W.D. Nordhaus (1986) *Macroeconomics: The Dilemmas of Economic Policy*, prema prevodu u svesci I Hrestomatije građanske ekonomske teorije.

nomiste razvoju društva. Naime, dobro usmerena ekonomska politika doprinela je potpunom ovladavanju konjunkturnih privrednih ciklusa. Na taj način izbegnuta je recesija i gubitak bruto društvenog proizvoda. Upravo taj izbegnuti gubitak u društvenom proizvodu podeljen sa ukupnim brojem ekonomista u SAD je doprinos pojedinačnog ekonomiste prosperitetu američke privrede, isticali su oni sa ponosom.⁷ Smatralo se da su ekonomist najzad postigli cilj da poput "socijalnog inženjera" mogu da pruže adekvatan opis, objašnjenje i preciznu kvantitativnu prognozu ekonomskih procesa.

Drugi ističu da su profesori ekonomije pedesetih i šezdesetih godina radosno govorili svojim studentima da je lord Kejnz isplatio sve njihove plate za sledećih pedeset godina. Međutim, imajući u vidu postojeće stanje u savremenoj ekonomskoj teoriji i praksi, autori ističu da nakon pedeset godina od njegove smrti i šezdeset godina od izlaska *Opšte teorije zaposlenosti, kamate i novca*, ekonomisti se moraju moliti za novog dobrotvora i to sa nadom da će se pojaviti što pre.⁸ Kejnzova teorija i na njoj zasnovana ekonomska politika imale su stvarnu potvrdu u prosperitetu i stabilnosti razvijenih tržišnih privreda, i samim tim ogroman ugled. U periodu od 1950-1973. godine proizvodnja u ovim privredama raste više nego ikada ranije, skoro pet posto godišnje, raste produktivnost, životni standard i opšta socijalna sigurnost. Upravo zbog takvih ekonomskih i društvenih performansi ovaj period je poznat u literaturi kao "zlatno doba" ("Golden Age").⁹ Uprkos savremenim tendencijama ignorisanja teorijskog i praktičnog iskustva ovog perioda, eksperti UN ističu da se ovaj period još uvek može uzimati kao standard privrednih performansi koji sledećih decenija nije dostignut.¹⁰ Iskustvo ovog perioda jasno pokazuje da puna zaposlenost, privredni rast i niska stopa inflacije mogu biti kompatibilni ciljevi ukoliko su vođeni adekvatnom ekonomskom politikom, smatraju oni.

Međutim, oko uzroka prosperiteta i stabilnosti ovog perioda ne postoji saglasnost. Mnogi se pridružuju oceni eksperata UN i prihvataju da je bitan elemenat bio dati prioritet rastu i punoj zaposlenosti kao i pragmatična upotreba ekonomske politike da se ovi ciljevi ostvare. Drugi pak smatraju da je ova politika doprinela kraju "zlatnog doba" nakon sedamdesetih godina. Stagnacija i opadanje privrednog rasta, opadanje produktivnosti, povećanje inflacije i nezaposlenosti u narednim decenijama i neuspeh

⁷ H.W. Holub (1990) *Uspori i padovi ekonomske nauke*, Ekonomska politika, br. 1973, str. 45, prevod iz "Die Zeit".

⁸ K.A. Chrystal, S. Price (1994) *Controversies in Macroeconomics*, Harvester Wheatsheaf, str. 3.

⁹ S. Marglin, J. Schor (eds.) (1989) *The Golden Age of Capitalism: Reinterpreting the Postwar Experience*, Oxford: Clarendon Press.

¹⁰ Trade and Development Report (1995) UN, str. 123-125.

postojeće ekonomske politike doveli su do osporavanja vladajuće kejnzijanske ortodoksije.

U interpretaciji, a posebno u primeni Kejnzovih shvatanja, dogodilo se kao i sa ostalim velikim misliocima, da se njegovom teorijom opravdavala određena realnost, ili su se nastali problemi tumačili kao rezultat primene njegove teorije. To se dogodilo i sa vođenjem ekonomske politike nakon drugog svetskog rata od strane vlada koje su se smatrale kejnzijanskim. Ekonomska politika vođena u ime Kejnza ustvari je zanemarila mnoge njegove prioritete i promenjenu prirodu savremenog kapitalizma. One su anticikličnu politiku upravljanja tražnjom, znači povremenu, u zavisnosti od konjunktura privredne aktivnosti, pretvorili u stalnu ekspanzivnu, u cilju postizanja ne samo pune zaposlenosti, koja je u mnogim zemljama postala i zakonska obaveza, već i u cilju ostvarenja sopstvenih ambicioznih planova, poput sticanja primata u hladnoratovskim odnosima, osvajanja kosmosa, borbe protiv siromaštva i socijalnih tenzija, rata u Koreji i Vijetnamu i dr. Rezultat toga je stalno rastući budžetski deficit i uporna inflacija, umesto kejnzijanskog budžetskog deficita isključivo vezanog za recesiju. Na taj način, mnogo više nego OPEC, povećanjem cene nafte i inflacije, one su otvorile put za vraćanje pre-kejnzijanzizmu, neintervencionizmu, "ponovnom rođenju" tržišne privrede u vidu **monetarizama**.¹¹

Umesto utvrđivanja "dnevnog reda" na čemu je insistirao Kejnzs,¹² odnosno od osnovnog zadatka vlade u "usklađivanju sklonosti potrošnji s potstrekom za investicijama" u slučaju nedovoljne efektivne tražnje,¹³ došlo se do savremene "megadržave" kao gospodara nacionalne privrede i upravljača privrednog "klimatskog vremena".¹⁴ Posledica takve politike je stalna inflacija i pojava monetarističkog shvatanja kao "kontrarevolucije" Kejnzu i kejnzijanzizmu. Na dnevnom redu je inflacija, koja postaje sve značajniji problem savremenih privreda tokom šezdesetih i sedamdesetih godina, još uvek pri niskim stopama nezaposlenosti. Monetaristička ekonomska politika ostaje u okvirima upravljanja tražnjom, ali isključivo preko monetarne ponude. Restriktivna monetarna politika uspela je da smanji inflaciju, ali je istovremeno povećala stopu nezaposlenosti.

Naftna kriza 1973. godine i troškovna inflacija praćena padom produktivnosti rada, stagnacijom i padom društvenog proizvoda, dovela je do potpunog osporavanja upravljanja agregatnom tražnjom. Pojavom nove klasične škole ili škole racionalnih očekivanja, kao i škole ekonomije ponude, sastavni deo ekonomske teorije i politike

¹¹ S. Holland (1987) *Global Economy*, Weidenfeld and Nicolson, London, str. 22.

¹² Videti J. M. Keynes (1987) *Ekonomske eseje*, CECOS, Novi Sad, str. 236.

¹³ J. M. Keynes (1956) *Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca*, Kultura, Beograd, str. 401.

¹⁴ P.F. Drucker (1995) *Postkapitalističko društvo*, Grmeč – Privredni pregled, str. 115-141.

osamdesetih godina, postali su upravljanje agregatnom ponudom, smanjenje poreza kao osnovnog instrumenta povećanja štednje i investicija uz restriktivnu monetarnu politiku i oživljavanje klasičnog modela funkcionisanja privrede sa zahtevom za smanjenje uloge države. Shvatanje po kome samo iznenadne, odnosno neanticipirane promene ekonomske politike mogu imati realne efekte na kretanje ukupne proizvodnje i zaposlenost, smanjile su ulogu stabilizacione politike. Najvažniji dugoročni efekat racionalnih očekivanja bio je u promeni odnosa između privrede i kreatora ekonomske politike.

Rezultat primene ove politike u toku skoro dve decenije je obuzdavanje inflacije i njeno svođenje na stope komparativne sa onim iz perioda "zlatnog doba", ali uz stalni porast nezaposlenosti, koja u Zapadnoj Evropi dostiže dvocifreni broj, i bez većih uzleta u privrednom rastu i produktivnosti, uz stalno povećanje budžetskog deficita i sve veći javni dug. Dosadašnje iskustvo "udaljavanja" vlada razvijenih zemalja od kejnzijanske ekonomske filozofije i politike imalo je negativne posledice, posebno u visokoj nezaposlenosti i povećanju budžetskog deficita. Osamnaest miliona nezaposlenih u Zapadnoj Evropi su posledica opadanja ekonomske aktivnosti počev od 1975. godine, strukturnih i tehnoloških promena, koje su dovele do gašenja mnogih radnih mesta. Otvaranje novih radnih mesta zahteva više investicija, više izvoza, više obrazovanja i obuke (prekvalifikovanje) radne snage, što sve podrazumeva "inteligentno", odnosno "mudro" upravljanje nivoom tražnje.¹⁵ Teorija i politika ponude može biti uspešna samo ukoliko postoji zadovoljavajući nivo i struktura tražnje.

Teorijski izazov nove klasične ekonomije, a posebno nihilistički stav ekstremnih predstavnika hipoteze racionalnih očekivanja prema stabilizacionoj politici, doveli su do promene programa istraživanja, pa i samog pristupa u okviru kejnzijanske struje. Ostajući na pozicijama da se politikom agregatne tražnje može uticati na proizvodnju i zaposlenost, svoja istraživanja usmeravaju na funkcionisanje agregatne ponude, posebno na tržište rada. Nov pristup agregatnoj ponudi i nastojanje da se objasni priroda rigidnosti cena i nadnica kao normalnih i racionalnih elemenata funkcionisanja tržišta, doprineo je da postanu poznati u okviru savremene ekonomske teorije kao novi kejnzijanci, odnosno kao novi kejnzijanzizam. Kako predstavljaju skup različitih pristupa i oblasti istraživanja, nisu uspeali da postanu opšta alternativa neoklasičnim tendencijama u teoriji i praksi, ali se rezultati njihovih istraživanja sve više uvažavaju.¹⁶ Njihov ograničen uspeh tumači se i stepenom u kome ekonomisti prihvataju model privredne ravnoteže, odnosno model tržišnog čišćenja i fleksibilnosti cena. Otuda i zaključak da je očigledan opšti trend rastućeg političkog aktivizma na

¹⁵ M. Stewart (1993) *Keynes in the 1990s a return to economic sanity*, Penguin Books.

¹⁶ Videti G. Mankiw, D. Romer, ed. (1991) *New Keynesian Economic*, Cambridge, Mass.

obe strane Atlantika, više rezultat političkog pragmatizma nego intelektualnog ubeđenja.¹⁷ Nikson je 1971. godine izjavio "svi smo mi kejnzijanci", ali već u toku te decenije primat su preuzeli novi pravci poput monetarizma, nove klasične ekonomije i ekonomije ponude.

2. Stanje i perspektiva savremene ekonomske teorije

Veliki broj alternativnih shvatanja po mnogim ekonomskim pitanjima savremenog sveta, kao i problema u kojem se svet nalazi, postali su pravi izazov za mnoga preispitivanja i ocene uloge ekonomije i ekonomista. Sve češće se vode diskusije, ne samo u raznim popularnim publikacijama već i u okviru same profesije, o prirodi i dometu ekonomije. Istovremeno, zbog velikih problema globalnog sveta, prozivaju se ekonomisti i sa Zapada i sa Istoka kao saučesnici, ako ne i vinovnici, neuspeha i kraha privrednih sistema i politika (od tzv. države blagostanja, preko državno-planskih privreda do finansijskog kraha istočno-azijskih zemalja, poznatih kao "azijski tigrovi"). Tako *The Economist*¹⁸ na pitanje ko je kreirao politiku koja je tako katastrofalno propala odgovara – ekonomisti. Upravo sve teorije planiranja, upravljanja tražnjom, dirigovanja industrijom i državnog vlasništva formulisane su u ekonomskim udžbenicima čuvenih ekonomista. Međutim, pisac članka upravo zanemaruje ulogu politike koja je birala ona ekonomska rešenja koja su politički poželjna, pri čemu su se često i ispravne ekonomske preporuke pretvarale u svoje suprotnosti.¹⁹

U članku se takođe zamera ekonomistima da su zaboravili ključne ideje o ulozi cena i tržišta i pozivajući se na *Smitovo Bogatstvo* naroda izražava divljenje prema rezultatima hiljade radnika, domaćinstava i preduzeća ostvarenih bez vidljive koordinacije i vođenih pretežno sopstvenim interesima. Međutim, pri tome se zaboravlja činjenica da se danas proizvodna i tržišna struktura dosta razlikuje u odnosu na strukturu privrednih aktera o kojoj je pisao Smit (mesara, pivara i pekara). Naime, danas u proizvodnoj, finansijskoj i tržišnoj strukturi, koju često nazivaju mešovitom pri-

¹⁷ K. A. Chrystal, S Price, op.cit., str. 6.

¹⁸ The puzzling failure of economics, *The Economist* (1997) august 23th, str. 13.

¹⁹ Očigledni primeri su politika budžetskog deficita i privatizacija koja se od sredstva za povećanje efikasnosti pretvorila u sredstvo zarade i pokrivanja budžetskog deficita itd. Najnoviji primer je peticija 155 profesora ekonomije iz Nemačke sa zahtevom da se odloži monetarna unija i odgovor Kola da bi to bilo politički štetno. Primat politike nad ekonomijom posebno je prisutan kako pri uspostavljanju i razvoju socijalističkih privreda tako i pri njihovoj tranziciji u tržišne privrede i demokratska društva.

vredom, pored mnogobrojnih privrednih učesnika prevlast pripada velikim i sve češće multinacionalnim kompanijama.

Rezultat tih složenih odnosa je i činjenica da i pored toga što u ekonomskoj teoriji poslednjih decenija preovlađuje neoklasična makroekonomija u čijoj osnovi su racionalnost i sofisticirana mikroekonomija i neoliberalizam u ekonomskoj politici, posebno nakon osamdesetih, ekonomska uloga države, merena učešćem njene potrošnje u nacionalnom dohotku, stalno raste. U 1960. godini u razvijenim tržišnim zemljama to učešće je iznosilo oko 30 odsto, do 1980. godine se povećalo na 42,5 odsto, da bi danas iznosilo, i pored antivladine retorike u ovoj deceniji, oko 46 odsto.²⁰ Danas su se polemike oko veličine vladinih izdataka prenele na njenu efikasnost. Ostaje i dalje otvoreno pitanje koliko su ova kretanja zaista rezultat uticaja ekonomista i "njihovih udžbenika", ili stvar birokratizovane politike i lobija velikih finansijskih, proizvodnih i javnih korporacija. Zato "odgovornost" ekonomije proizilazi iz njene specifičnosti da se bavi problemima koji zadiru u materijalne interese pojedinaca, grupa i naroda, s jedne, ali i iz razlike između teorijske analize i konkretnog delovanja pri čemu je "vreme dragoceno, razumevanje ograničeno, ništa nije sigurno, a neekonomski činoci su uvek značajni, a često i odlučujući",²¹ s druge strane.

"Neuspeh" ekonomije, njeno stanje i perspektive, predmet su rasprave i vodećih ekonomskih teoretičara. I mada pripadaju različitim teorijskim i političkim opredeljenjima saglasni su u zaključku da je učinjen veliki raskorak između ekonomske teorije i realne privrede. Razlog tome je nastojanje da se ekonomska nauka učini egzaktnom naukom – "prirodnom naukom društva" preuzimanjem iz klasičnih prirodnih nauka mehaničko-materijalističko shvatanje sveta, pri čemu glavni govor postaje matematika, ne samo zbog njene preciznosti već i neutralnosti.

Tako, povodom stogodišnjice izlaženja *The Economic Journal*, Milton Fridman u članku pod simboličnim nazivom *Staro vino u novim bocama*,²² piše da su analizirani problemi uglavnom ostali isti (rad, novac, istorija doktrina, socijalizam), ali da se jezik kojim se ekonomska analiza iskazuje drastično promenio. Naime, dominantan jezik postaje matematika i ekonometrija, što svakako doprinosi profesionalizaciji i specijalizaciji ekonomije kao naučne discipline, a time i izvorom njene efikasnosti, ali radi se o tome da "čak i dobrih stvari može biti u preteranim količinama", kako primećuje Fridman. Tako povećana moć ekonomske analize sve više koristi za "impresioniranje", a sve manje za informisanje, posebno običnog i manje upućenog i

²⁰ The visible hand, *The Economist* (1997) september 20th, str. 17.

²¹ D. Handerson, (1991) Nevinost i koncept – Uticaj ekonomskih ideja na politiku, Ekonomski institut Beograd, str. 88.

²² M., Fridman, (1994) *Staro vino u novim bocama*, *Ekonomika* br. 7-9, str. 59-63.

specijalizovanog čitaoca. Fridman izražava svoju saglasnost s pravilima koja je Alfred Maršal (Alfred Marshall) postavio o upotrebi matematike kao sredstva ekonomske analize, danas od većeg značaja nego u vreme kada su izrečena: "1) koristi matematiku kao stenografski jezik, a ne kao pokretački mehanizam istraživanja; 2) drži je se dok ne završiš posao; 3) prevedi je na engleski (deskripcija – K.S); 4) ilustruj primerima koji su važni u svakodnevnom životu; 5) spali matematičke rezultate; 6) ako ne uspeš u onome pod 4, spali pod 3; ovo poslednje sam i ja često činio".²³ Glavnu pouku na osnovu istorijskog iskustva, Fridman nalazi u preporuci "opreza i skromnosti" posebno ukoliko se približavamo aktuelnim pitanjima našeg doba.

Lester Tarou upozorava da se matematičko izražavanje, koje daje teoriji prividnu rigoroznost i internu snagu, može lako degenerisati u "učenački rigor mortuus kad lakoća matematičkog izražavanja postane struci važnija od stvarnog razumevanja same privrede".²⁴ On smatra da u današnjoj ekonomiji, koja se zasniva na ravnotežnoj licitaciji cena, teorija je postala ideologija, a ne skup radnih hipoteza koje možemo primeniti u analizi ponašanja savremene privrede.

Džon Kenet Galbrajt (John Kenneth Galbrajt) suštinu problema nalazi u različitim odgovorima na pitanja: "Bavimo li se mi u biti statičnom naukom, odnosno predmetom? Da li ekonomika istražuje i opslužuje ljudske motive, težnje i institucije koje su u osnovi postojane? Da li se predmet menja samo utoliko što se dublje istražuje i spoznaje njegov nepromenljivi kontekst? Sastoji li se promena samo, ili prvenstveno, u tome što istraživanje i izlaganje bivaju sve precizniji i tehnički gizdaviji?".²⁵ Ukoliko su odgovori pozitivni radi se o stavovima koji ekonomiku približavaju "tvrdim" naukama (fizici, hemiji, biologiji), razvijajući i usavršavajući tehniku u pretpostavljanju i negovanju nepromenljivih istina. Suprotno, negativni odgovori znače shvatanja po kojima je ekonomika neprekidno u procesu preobražaja, kako sadržaja, zaključaka, tako i preporuka ekonomske politike. Naime, Galbrajt smatra da ekonomika ne treba da bude samo bezdušna apstrakcija, već nauka koja će se stalno baviti stvarnim svetom i odgovarati na šire društvene potrebe, tako što će se pojedinačne mere procenjivati ne prema opštim pravilima već prema konkretnim efektima.

Pol Samjuelson ekonomiku ne shvata "neveselom i čistom naukom", već kao uzbudljivu i obećavajuću umetnost – znanost koja stvara stalno nove izazove u potrazi za ljudskim blagostanjem.²⁶ Zato, kako sam kaže rado ističe slogan da je za ekonomiku

²³ Op.cit., str. 61.

²⁴ L.C. Thurow, op.cit., str. 10.

²⁵ J.K. Galbraith (1994) *Ekonomika u sledećem veku*, *Ekonomika* br. 7-9, str. 63

²⁶ Videti D. Buvač (1990) *Ekonomika sa srcem*, A. Cesarac, Zagreb, str. 212-228.

sa srcem, što znači da je za ekonomiku u kojoj tržište odlučuje o većini stvari, ali demokratija modificira njegove ekstreme.

Još oštiri u svojoj kritici tendencija u ekonomiji nastalih u poslednjih četvrt veka je nobelovac Džejms Bjukenen (James Buchanan), koji smatra da je 80-ih godina ekonomija postala "nauka" bez krajnje svrhe ili značenja. Naime, ona je sebi dozvolila da postane zarobljenik tehničkih sredstava i da zaboravi čemu ta sredstva koriste. On kaže: "Ekonomisti 80-ih su nepismeni u pogledu osnovnih principa njihove sopstvene discipline... Njihov interes leži u čisto intelektualnim osobinama modela sa kojim rade, i izgleda da njihov zanos potiče od otkrića dokaza za propozicije koje su relevantne jedino za njihov sopstveni svet fantazije."²⁷ U cilju prevazilaženja postojećih problema on se zalaže za oživljavanje tradicije Adama Smita koja proučava čovečanstvo onakvo kakvo je ono upravo, a ne kako bi mi želeli da ono bude po nekoj utopijskoj šemi. Naime, on apeluje na vraćanje političkoj ekonomiji, u kojoj su ekonomija i politička filozofija sastavni delovi iste discipline. Doprinos Smita je u tome što je razumeo zašto sistem slobodnog tržišta omogućava pojedincu da maksimira sopstvene vrednosti bez vraćanja u prvobitno stanje divlje brutalnosti. Opšti prosperitet je bio moguć samo kroz razvijanje sopstvenih interesa u okviru postavljenih pravila i sankcija. Uloga ekonomista je upravo u tome da formuliše pravila ili institucije koje će omogućiti maksimizaciju pojedinačnih vrednosti. Na tom nivou ne postoji razlika između "treba" i "jeste", između "normativne" i tzv. "naučne" ekonomije. U post-socijalističkom veku, nakon okončanja najveće ideološke debate dvadesetog veka, očekuje se da će se stvoriti uslovi za odbranu normativnih standarda umesto insistiranja na "objektivnosti". Takav povratak ugleda normativnog argumenta koji primenjuje ekonomsku analizu može da posluži i oživljavanju interesovanja za disciplinu kod ambicioznih mladih stručnjaka koje je odbila antiseptična suvoparnost nauke bez žara. Delić onog uzbuđenja koje je obeležavalo zenit i klasične političke ekonomije i rane kejnšovske makroekonomije čini se sada mogućim, zaključuje Bjukenen.²⁸

Jedna od podstruja ekonomske misli je i tzv. socio-ekonomija ili nova ekonomska misao, koja insistira na novoj ekonomskoj nauci koja bi se obraćala "celoj osobi i svim aspektima društva" uključujući elemente psihologije, sociologije i političke nauke. Ona kritikuje osnovne pretpostavke tradicionalne (neoklasične) ekonomske nauke kao što su pretpostavke o autonomiji pojedinca, bilo kao "suverenog" potrošača ili proizvođača, maksimizaciji blagostanja ili koristi kao jedinog čovekovog cilja i shvatanje pojedinca kao racionalnog bića u traganju za najefikasnijim sredstvima za

²⁷ J. M. Buchanan (1986) *Liberty, Market and State: Political Economy in the 1980s*, Harvester Press, Brighton, str. 14.

²⁸ J.M. Buchanan (1994) *Ekonomija u postsocijalističkom veku*, *Ekonomika*, br. 7-9, str. 58.

postizanje ciljeva. I mada ova struja okuplja znatan broj ekonomista i poznate teoretičare poput Amitai Etcioni-a (Amitai Etzioni), Amartya Sena (Amartya Sen) i Keneta Bouldinga (Kenneth Boulding), ona svakako neće ugroziti glavni tok ekonomske misli, ali može postavljati "nezgodna" pitanja i pokazati da se ekonomiji i njenom predmetu istraživanja može pristupiti i na drugačiji način.²⁹

Sva ova razmatranja ukazuju na potrebu realnog shvatanja mogućnosti i ograničenja ekonomije kao društvene nauke. Činjenica da ekonomija obuhvata samo jedan deo društvenog života, da se njen predmet istraživanja stalno menja i razvija, kao što se menja i njeno okruženje, upućuje na zaključak da se od ekonomije ne može očekivati da reši sve realne probleme društva, niti ekonomsku analizu smatrati dovoljnim uputstvom za konkretne akcije, izbor i razradu ekonomske politike. I mada "ekonomija ne predstavlja celinu života, niti je ekonomska politika čisto tehničko pitanje",³⁰ ipak se, bez njenih saznanja ne mogu razumeti, niti u granicama njenih mogućnosti, rešiti kompleksna društvena i ekonomska pitanja. U tom smislu treba shvatiti i upozorenje da ekonomsko razmišljanje, samo za sebe, ne može ponuditi rešenje ni za jedan problem, jer svi problemi podrazumevaju političke, društvene i ljudske aspekte koji se ne mogu svesti na "znanost pažljivih proračuna viškova i manjkova".³¹ Ali ekonomska analiza ukazuje na faktore koje moramo uzeti u obzir da bismo upravo razumeli probleme sveta u kojem živimo i razumeli ekonomsko ponašanje njegovih aktera. Zato, i pored kritike upućene ekonomskoj profesiji, a posebno savremenim ekonomistima, Lester Torou izjavljuje "ponosim se što me nazivaju ekonomistom". Dejvid Henderson ističe dve prednosti ekonomskog obrazovanja: prvo, spremnost i sposobnost da se razmišlja kroz relacije međuzavisnosti i sistemskih efekata, i drugo, bavljenje kvantitativnim podacima i njihovim tumačenjem.³² Upravo ekonomsko obrazovanje omogućuje ekonomistima da u ovom neizvesnom svetu, pri postojanju više alternativa, sagledaju i predvide njihovo pozitivno i negativno delovanje na određene ciljeve i grupacije. Odnosno ekonomisti bi morali da predvide bar dva koraka tamo gde bi laici mogli da govore samo o neposrednom koraku.

Kao i u prošlosti, predmet ekonomske nauke i dalje će biti pod snažnim uticajem istorijskih događaja i ekonomisti će i dalje pokušavati da daju odgovore na nova pitanja, učeći od istorije i istovremeno utičući na nju. Zato Majkl Niemira (Michael Niemira) i Filip Klajn (Philip Klein) u zaključku svoje knjige (1994) o teorijama i

²⁹ Videti: A. Lewis, P. Webley, A. Furnham (1995) *The New Economic Mind – The Social Psychology of Economic Behaviour*, Harvester Wheatsheaf.

³⁰ D. Henderson, op.cit., str. 90.

³¹ J. Robinson i J. Eatwell (1981) *Uvod u savremenu ekonomiku*, CEKADE, Zagreb, str. 309.

³² D. Henderson, op.cit., str. 90.

iskustvu privrednih ciklusa citiraju poruku Artura Bernsa, (Arthur Burns) upućenu predsedniku od strane Američkog ekonomskog udruženja 1959., koja je, i nakon više decenija, prihvatljiva i glasi: "Mi živimo u izvanredno kreativnom, ali takođe i veoma neizvesnom vremenu. Jedan od trijumfa ove generacije je progres učinjen u smanjenju privredne nestabilnosti. U godinama koje dolaze, ne postavlja se pitanje šta ćemo raditi, naša privreda će i dalje trpeti promene, mnoge koje nisu planirane niti očekivane. Ipak, pravac događaja, i domaćih i međunarodnih, zavisice takođe – i u velikoj meri – od naše sposobnosti i hrabrosti da promišljeno oblikujemo strukturu naše privrede, kako bi ojačale snage rasta uz obuzdavanje nestabilnosti."³³

Zaključak

Da bi ekonomija ispunila data očekivanja neophodna je njena otvorenost za nova iskustva i nova saznanja. Ukoliko ekonomisti ne modifikuju svoje analize u svetlu novih teorija i činjenica, "polje će biti pusto", upozorava Dornbuš.³⁴ Svaki dogmatizam osiromašuje i saznanjno i materijalno. Zato tzv. strategija teorija-mix (theory mix), strategija koja koristi različite elemente pojedinih teorija u zavisnosti od problema i postavljenog pitanja, stiže sve veći broj pristalica. Danas mnogi poznati ekonomski teoretičari sebe ne doživljavaju kao isključivo predstavnike pojedinih teorijskih pravaca, već naprotiv, otvoreno govore o sebi kao eklekticima.³⁵ Pol Samuelson uz preporuke ekonomistima da budu eklektici kaže: "Uvek sam nastojao da se ne vežem uz teorije. Privrženi morate biti činjenicama koje se menjaju. Teorije su neka vrsta ljubavne avanture. Nemojte voleti teorije, desit će vam se da izađu iz mode – a vi ćete ostati dinosaurus".³⁶

Kojoj teoriji i kojim vidovima ekonomske politike će se dati prednost, zavisi od stanja privrede i načina njenog funkcionisanja, a ne od uverenja a priori. Sigurno da u privredi sa jako ograničenom konkurencijom zadovoljavajući rezultati se ne mogu očekivati od teorijskog modela potpune konkurentnosti, kao što teorija koja tretira nezaposlenost kao primarni problem nije adekvatna za rešavanje problema

³³ M.P. Niemira, P.A. Klein (1994) *Forecasting Financial and Economic Cycles*, John Wiley and Sons, Inc., str. 452.

³⁴ R. Dornbusch, S. Fischer, op.cit., str. 667.

³⁵ Beg, Dornbuš i Fišer u zaključku o pojedinim teorijskim pravcima i na njima zasnovanim preporukama ekonomske politike izjavljuju da svoje mesto vide među eklektičkim kejnzijancima. Op.cit., str. 570.

³⁶ D. Buvač, op.cit., str. 228.

inflacije. Složenost savremenih odnosa i institucija u privredi, njihova raznovrsnost i isprepletanost, zahteva sintezu više različitih teorija, ukoliko se želi zadržati veza sa stvarnošću. Ona je posebno potrebna u prevazilaženju večite dileme vezane za intervencionizam – pro i contra – jer vezati odgovor samo na osnovu jednog teorijskog viđenja kao univerzalnog je danas praktično ne održivo. Kontroverze vezane za upravljanje tražnjom ili ponudom pokazuju se isuviše isključive jer opredeljenje u praksi zavisi pre svega od njihove efikasnosti u datoj situaciji. Zato se sve češće govori i o politici mix (policy mix).

Kontroverze između pojedinih škola su ne samo poželjne, jer podsticajno deluju na dalji razvoj same ekonomije kao naučne discipline, već i nužne imajući u vidu specifičnost predmeta njenog istraživanja i njenog prilagođavanja realnom životu. To je i jedini način da se ispuni zahtev o saglasnosti teorije sa stvarnošću.

Nužnost uvažavanja novih saznanja, posebno u shvatanju monetarnog faktora i agregatne ponude, značaja racionalnih očekivanja u funkcionisanju privrede i njenih subjekata, uloge tržišta rada i povezivanja makroekonomije sa mikroekonomskom osnovom, u cilju razumevanja i rešavanja savremenih problema, nameće potrebu poznavanja pojedinih teorijskih pravaca koji čine savremenu ekonomsku misao.

Literatura

- [1] Beand, M., Dostaler, G., (1995) *Economic Thought since Keynes*, Routledge, London
- [2] Begg, D., Fisher, S., Dornguseh, R. (1994) *Economics*, The McGraw-Hill Companies
- [3] Buchanan, J.M., (1986) *Liberty, Market and State: Political Economy in the 1980*, Harvester Press, Brighton.
- [4] Buchanan, J.M. (1986) *Ekonomija u postsocijalističkom veku*, Ekonomika, br. 7-9.
- [5] Buvač, D. (1990) *Ekonomika sa srcem*, A. Cesarac, Zagreb.
- [6] Chrystal, K.A., Price, S. (1994) *Controversies in Macroeconomics*, Harvester Wheatsheaf.
- [7] Dornbusch, R., Fischer, S. (1987) *Makroekonomics*, McGraw-Hill.
- [8] Drucker, P.F. (1995) *Postkapitalističko društvo*, Grmeč – Privredni pregled, Beograd.
- [9] Friedman, M. (1994) *Staro vino u novim bocama*, Ekonomika, br. 7-9.

- [10] Galbraith, J.K. (1994) Ekonomika u sledećem veku, Ekonomika, br. 7-9.
- [11] Handerson, D. (1991) Nevinost i koncept – Uticaj ekonomskih ideja na politiku, Ekonomski institut, Beograd
- [12] Holland, S. (1987) Global Economy, Weidenfeld and Nicolson, London.
- [13] Holub, H.W. (1990) Usponi i padovi ekonomske nauke, Ekonomska politika, br. 1973.
- [14] Keyns, J.M. (1956) Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca, Kultura, Beograd.
- [15] Keyns, J.M. (1987) Ekonomski eseji, CECOS, Novi Sad.
- [16] Leslie, D. (1993) Advanced Macroeconomics, McGraw-Hill.
- [17] Lewis, A., Webley, P., Furnhom, A. (1995) The New Economic Mind, Harvester Wheatsheaf.
- [18] Mankiw, G., Romer, D. (1991) New Keynesian Economic, Cambridge MASS.
- [19] Marglin, S., Schor, J. (1989) The Golden Age of Capitalism: Reinterpreting the Postwar Experience, Oxford: Clarendon Press.
- [20] Niemira, M.P., Klein, P.A. (1994) Forecasting Financial and Economic Cycles, John Wiley and sons, Inc.
- [21] Nordhaus, W.D. (1986) Macroconfusion: The Dilemmas of Economic Policy, Hrestomatija građanske ekonomske teorije, sv. 1. MCSK Srbije, Beograd.
- [22] Robinson, J., Eatwell, J. (1981) Uvod u savremenu ekonomiju, CEKADE, Zagreb.
- [23] Snowdon, B., Vanc, H.R. (1997) The development of modern macroeconomics, Rotledge, London and New York.
- [24] Stewart, M. (1993) Keynes in the 1990s a return to economic sanity, Penguin Books.
- [25] The puzzling foilure of economics, The Economist, (1997) august 23th.
- [26] The visible hand, The Economist (1997), september 20th.
- [27] Thurow, L.C. (1987) Opasni tokovi razvoja ekonomske teorije, CEKADE, Zagreb.
- [28] Trade and Development Report (1995), UN.

Mr Petar Veselinović*

MAKROEKONOMSKA POLITIKA U USLOVIMA TRANZICIJE JUGOSLOVENSKE PRIVREDE

Rezime: Brže i uspešnije rešavanje nagomilanih problema u našoj privredi i čitavom društvu ne može se zamisliti bez efikasnije makroekonomske politike na svim nivoima.

Prioritetni cilj makroekonomske politike u narednom periodu mora biti održavanje stabilnosti cena i deviznog kursa merama, instrumentima i mehanizmima zasnovanim na tržišnim principima, što će povratno pozitivno uticati na jačanje privredne aktivnosti, ubrzavanje strukturnih promena i poboljšavanje životnog standarda stanovništva.

Radi ostvarivanja politike razvoja i povećanja efikasnosti privređivanja, osnovni zadatak makroekonomske politike treba da bude očuvanje zdravog novca, finansiranje javnih rashoda iz realnih izvora uz čvrsta budžetska ograničenja, liberalizacija ekonomskih odnosa sa inostranstvom, slobodno formiranje cena i zarada kao i uspostavljanje unutrašnje i spoljne ravnoteže. U tom pogledu od posebne je važnosti dalja izgradnja privrednog sistema kompatibilnog sa zahtevima tržišne ekonomije i normalizacija odnosa sa međunarodnim finansijskim i političkim organizacijama.

Summary: We can't think about fast and successful solution of accumulated problems in our economy unless we provide more efficient macroeconomic policy at all levels.

The prior goal of the macroeconomic policy over the next period of time has to be keeping both price and foreign exchange rates stability by using instruments and mechanisms based on market principles what will result in return in strengthening economic activity, fast structural changes and life standard improvements.

To carry out development policy and to increase economic efficiency, thje most important assignment to us should be keeping healthy money, financing public expenses from the real sources with inflexible budget restrictions, liberating economic terms to foreign countries, providing freedom in waling and priceing, as well as, providing both internal and external balance. The furher building of economic sys-

* Asistent Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

tem which is compatible with demands of market economy and regulating terms with international financial and political organisations, therein, has the very special meaning.

Uvod

Proces tranzicije predstavlja dominantan zajednički imenitelj ekonomsko-političkih prilika u kojima se danas nalaze bivše socijalističke zemlje. Tranzicija se izvodi pod dejstvom transformacija na svim nivoima u društvu. Ona je globalni izraz svih promena unutar pojedinih institucija, u njihovim odnosima, u poziciji pojedinaca i grupa, kao i u relacijama koje se formiraju između ekonomskih subjekata u okviru funkcionisanja privrede kao celine.

Uspešno sprovođenje procesa tranzicije podrazumeva stvaranje neophodnih preduslova na makroekonomskom nivou. Operativno funkcionisanje tržišne privrede podrazumeva konzistentno uređen privredni sistem, čije institucije predstavljaju temelj na koji se oslanja makroekonomska politika.

Makroekonomska politika zajedno sa privrednim sistemom predstavlja celinu institucionalnih uslova pod kojima privreda funkcioniše, odnosno pod kojima se uspostavljaju i održavaju mnogobrojne veze i odnosi među učesnicima u privrednom životu.

Teška ekonomska i društvena situacija kao i zastoji u procesu tranzicije naše privrede zahtevaju formulisane odgovarajućeg profila makroekonomske politike sa efikasnijim merama, mehanizmima i instrumentima za realizaciju izabranih ciljeva i zadataka.

Makroekonomska politika u našim uslovima mora biti usmerena na podršku strukturnim reformama i privatizaciju za šta je osnovna pretpostavka održavanje stabilnosti cena i kursa uz neophodan rast izvoza i društvenog proizvoda. Radi ostvarivanja politike razvoja i povećanja efikasnosti privređivanja, osnovni zadatak makroekonomske politike mora biti očuvanje zdravog novca, finansiranje javnih rashoda iz realnih izvora uz čvrsta budžetska ograničenja, liberalizacija ekonomskih odnosa sa inostranstvom, slobodno formiranje cena i zarada, kao i uspostavljanje unutrašnje i spoljne ravnoteže.

Nosioci makroekonomske politike moraju obezbediti usklađeno delovanje monetarne, fiskalne i spoljnotrgovinske politike radi ostvarivanja stabilnih uslova za privredni razvoj, povećanje izvoza, porast zaposlenosti i povećanje životnog standarda stanovništva sve u sklopu ukupnog procesa tranzicije naše privrede.

1. Tranzicija kao dugoročan društveno-ekonomski proces

Napuštajući socijalističko uređenje sve zemlje Istočne Evrope krenule su putem izgradnje tržišne privrede. Na taj put krenule su sa namerom da se transformišu i preobrazu u uređenje kakvo nisu imale, a koje se smatra osnovom za povratak na civilizacijski kolosek normalnog razvoja.

Polazeći od pretpostavke da tranzicija ima za cilj stvaranje efikasnijeg sistema privređivanja nego što je bio socijalistički, a radi dostizanja kvaliteta života razvijenih privreda, proces prevođenja na tržišni način privređivanja treba da obezbedi stabilniji privredni razvoj, viši nivo zaposlenosti i veću stabilnost cena u odnosu na nivo koji bi bio moguć da tranzicija nije započeta. U ekonomskom pogledu najvažnija razlika između tranzicije i svih dosadašnjih reformi koje su preduzimate sa ciljem povećanja efikasnosti privređivanja je u opredeljenju da se efikasniji sistem privređivanja ostvari preko svojinske transformacije i razvoja tržišnih institucija.

Cilj koji bi tranzicijom trebalo postići je jasan – to je tržišna ekonomija oslonjena na privatnu svojinu, vladavinu prava i institucionalno stabilnu i demokratsku državu. U tom procesu, koji je svakako bolan, dolazi do gašenja i nestajanja jednih identiteta a do formiranja novih, do uspostavljanja novih institucija na mesto prevaziđenih, do rušenja starih struktura i formiranja novih tržištu odgovarajućih, do izgradnje novih pravila ponašanja na tržišnim osnovama i do institucionalnog i funkcionalnog dizajniranja celokupnog društva.

Uspostavljanje otvorene i tržišne privrede utemeljene na titularu privatne svojine, tržištu roba, kapitala i radne snage, na korporativnom obliku upravljanja, na autonomnosti privrednih subjekata, na deregulaciji koja jasno određuje sadržinu i okvir ovlašćenja države, pretpostavlja društveni projekat reforme s jasnim ciljevima i jasnom strategijom.

Osnovni koncept tranzicije jugoslovenske privrede jednim delom se poklapa sa onim što je potrebno uraditi u svim istočno-evropskim privredama, a drugim delom je vezan za jugoslovensku stvarnost i odražava naše specifičnosti. Dominantna specifičnost jugoslovenske tranzicije potiče iz uslova u kojima se odvija, a to je poluzatvorena privreda usled tzv. "spoljne blokade" od strane međunarodne zajednice. Sama ova činjenica oduzima procesu tranzicije neka osnovna obeležja, jer pretpostavlja da se ona odvija u ograničavajućim uslovima.

Tranzitorni period Jugoslavije može se podeliti na nekoliko faza, od kojih su najvažnije: makroekonomska stabilizacija, privatizacija, prestruktuiranje, liberalizacija i institucionalna reforma.

Makroekonomska stabilizacija predstavlja prvu fazu u kojoj je potrebno inflatorne i hiperinflatorne tendencije obuzdati, ukloniti višak tražnje i stvoriti makroekonomski ambijent u kome monetarna i fiskalna politika postaju delotvorne. Ovaj

deo programa imao bi za cilj stvaranje uslova za dalje reforme. Zajedničko sa programima stabilizacije drugih tranzitornih privreda je insistiranje na monetarnoj stabilnosti i s tim u vezi na postizanju ekonomskog rasta.

Kada se radi o privatizaciji u Jugoslaviji, mora se istaći da ceo proces privatizacije nije moguće postaviti u okvire jednog modela, već mora postojati više modela koji će biti u funkciji povećanja efikasnosti, a zadovoljavati razne privredne subjekte, kako srednja i velika preduzeća tako i mala preduzeća, radno intenzivne i kapitalno intenzivne, zatim one u razvijenim i nerazvijenim područjima itd.

Privatizacija kao svoj glavni cilj mora imati podizanje proizvodnih mogućnosti nacionalne privrede kroz proces izmene svojinske strukture preduzeća. To u praksi znači smanjenje dominantnog državnog i društvenog sektora a jačanje uloge privatnih preduzeća transformacijom postojećih javnih i (ili) stvaranjem novih privatnih privrednih subjekata.

Navedenim izmenama većina sredstava u društvu stavila bi se pod interesnu sferu vlasnika, što bi uslovlilo njihovo alociranje u skladu sa profitnim očekivanjima.

Prestrukturiranje predstavlja takođe, veoma bitan segment tranzicionog procesa jugoslovenske privrede u tržišnu privredu. To svakako podrazumeva stvaranje jedne potpuno nove strukture privrede koja neće biti opterećena postojećim velikim strukturnim disproporcijama. Pri definisanju procesa prestrukturiranja bitno je naglasiti da on mora biti sveobuhvatan, to jest da obuhvati sve svojinske, upravljačke, programske, tehnološke i proizvodne dimenzije.

Liberalizacija je mera u okviru tranzicije koja obuhvata kako liberalizaciju cena, tako i liberalizaciju spoljnotrgovinskih tokova. Ona znači skidanje monopola, slobodu formiranja preduzeća, slobodu formiranja cena, slobodan pristup deviznim sredstvima i liberalizaciju spoljnotrgovinskog režima.

Uporedo sa pomenutim procesima treba nastaviti sa institucionalnim reformama naše privrede i društva. Važna komponenta tih institucionalnih promena svakako je definisanje konzistentnih i dugoročnih privrednosistemskih rešenja u svim sferama privrednog života. Neprihvatljiva su pojedinačna i parcijalna rešenja koja su, pre svega, u funkciji "gašenja požara", već je potreban sveobuhvatan proces transformacije na tržišnim osnovama.

Kada je u pitanju koncept makroekonomske politike u uslovima tranzicije jugoslovenske privrede, smatramo da je on vrlo specifičnog karaktera. Svojim merama i instrumentima makroekonomska politika treba da obezbedi stabilan privredni, tehnološki i socijalni razvoj, uspostavljanje makroekonomske ravnoteže i povećanje efikasnosti privređivanja, kako bi tranzicija dobila i na kvalitetu i na dinamici.

U narednim delovima ovoga rada detaljnije će biti prikazani ciljevi makroekonomske politike kao i neophodan instrumentarij za njihovu realizaciju u sklopu procesa tranzicije.

2. Orijehtacija i ciljevi makroekonomske politike u procesu tranzicije

Kada se govori o nekim opštim elementima makroekonomske politike u procesu tranzicije, treba, pre svega, poći od toga šta je u ovom domenu učinjeno u proteklom periodu, kao i od stanja u kome se naša privreda trenutno nalazi. Naime, dosta nepovoljne eksterne okolnosti i nepovoljni trendovi u privrednim kretanjima uslovljavaju i prioritete ciljeve makroekonomske politike u budućnosti. Privredni zadaci i mogući rezultati makroekonomske politike čvrsto su uslovljeni i ograničeni realnim proizvodnim mogućnostima i vitalnošću privrednih subjekata u vrlo nepovoljnim ekonomsko-finansijskim uslovima.

Pri tome treba imati u vidu dubinu našeg ekonomskog pada i posledice višegodišnje krize i međunarodne blokade na proizvodnju, dohodak i životni standard, naročito kroz odliv raspoloživog domaćeg znanja i imobilizaciju intelektualnog potencijala u zemlji.

Od početka 1994. godine (kada je započeta monetarna reforma) pa do danas, jugoslovenska privreda je koliko-toliko uspela da stabilizuje cene i oživi ekonomsku aktivnost. Međutim, početni povoljni efekti monetarne reforme nisu na pravi način iskorišćeni za otpočinjanje korenitih promena našeg privrednog sistema: od strukturnih promena, preko privatizacije do reforme javnih finansija. Samim tim, veoma su smanjeni izgledi za dugoročnu stabilnost cena i kursa, kao i zdravog privrednog rasta.

Od početka primene ekonomskih sankcija prema našoj zemlji dodatno su zaostreni postojeći poremećaji koji su prouzrokovali nestabilnost kako na robnom, tako i na tržištu novca i kapitala i deviznom tržištu. Takvu konstataciju potvrđuju ostvarena kretanja osnovnih makroekonomskih agregata u proteklom periodu.

Stopa inflacije posmatrana na godišnjem nivou, iznosila je u 1995. godini 121%, u 1996. godini 58,7%, u 1997. godini 9,5% a u 1998. godini 54%. Nepovoljni makroekonomske trendovi nastavljeni su i u 1999. godini (naročito u drugoj polovini godine) kada je stopa inflacije umesto predviđenih 6%, za 9 meseci dostigla iznos od 44% sa tendencijom njenog daljeg uvećavanja.

Da li je to ulazak u vreme novih "obračuna" sa inflacijom, može se prosuditi sa pozicije dosadašnjeg rasta maloprodajnih cena. Podatak o avgustovskom porastu maloprodajnih cena od 3,8% i troškova života čak za 5,2% potvrdio je mnoge pesimističke prognoze o prikrivenoj inflaciji koja je akumulirana još u prvoj polovini 1999. godine.*

* U vreme pisanja ovog rada (septembar tekuće godine) rast cena i troškova života nastavlja se sa uzlaznim trendom što je još više podgrejavlo inflatorne tendencije.

Pokretanje deviznog kursa i cena u trećem kvartalu 1999. godine predstavlja odgovor tržišta na naglo povećavanje novčane mase kao glavnog faktora koji determiniše njihovo kretanje. Prošlogodišnji prosečni nivo novčane mase od 9,5 milijardi dinara realizovan je prema društvenom proizvodu koji je bio bar za trećinu veći od onog koji će biti ostvaren ove godine. Sa sadašnjim stanjem novčane mase od oko 15 milijardi dinara i fizičkim opadanjem proizvodnje u odnosu na prošlu godinu, dodatno se usložnjavaju tendencije u realnoj sferi ekonomije što uslovljava nagli rast deviznog kursa i pad realnih zarada zaposlenih.

Zvanični kurs od 6 dinara za 1 DEM (utvrđen devalvacijom 01.04.1998. godine) odavno je preko 50% viši od zvaničnog koji se na tzv. "crnom deviznom tržištu" kreće i do 18 dinara za 1 DEM.

Bez obzira na uveravanja zvanične monetarne vlasti da je destabilizacija crnog deviznog kursa u našoj privredi prošlost, novi tečaj valute nije ni zvanično respektovan pa ni branjen ozbiljnim merama relevantnih monetarnih faktora.

Zbog potreba finansiranja predimenzionirane javne potrošnje fiskalna opterećenja privrede su enormna. To motiviše privredne subjekte da prelaze u "sivu ekonomiju", a pored toga, povećava ukupne i jedinične troškove proizvodnje.

Posebnu teškoću jugoslovenske privrede predstavljaju već tradicionalno negativni odnosi razmene. Naime, pokrivenost uvoza izvozom je ispod 50%, a odnosi sa međunarodnim finansijskim i trgovinskim organizacijama još uvek nisu normalizovani (posebno sa MMF i BRD) što otežava uključivanje naše privrede u međunarodnu podelu rada.

Relativno dugo vreme stabilnosti nije iskorišćeno za otklanjanje strukturnih problema. Posledica toga je permanentno gomilanje unutrašnjih i spoljnih deficita. Monetizacija rastućih unutrašnjih deficita, odnosno devizna kriza, usled nemogućnosti finansiranja deficita u platnom bilansu, predstavlja stalnu opasnost za makroekonomsku stabilnost privrede.

Privredni sistem karakteriše dominacija krupnih neefikasnih sistema koji su sa stanovišta ekonomskih kriterija nekorisni jer na njih otpada veći deo ukupnih gubitaka u privredi. Proces privatizacije i prestrukturiranja privrede praktično je, još uvek, na samom početku, što predstavlja dodatne teškoće.

Imajući u vidu prethodno navedeno, možemo primetiti da su pokazatelji razvojnih performansi u našoj zemlji vrlo nepovoljni uz opasnost od dugoročnog zaostajanja u ukupnom razvoju, što svakako, zahteva odgovarajući profil makroekonomske politike i efikasne mere, instrumente i mehanizme za realizaciju neophodnih zadataka.

Polazeći od napred datih napomena koje su skicirane u obliku i na način da bi se ilustrovala naša ekonomska stvarnost, nužno je, pre svega, definisati osnovne ciljeve makroekonomske politike u narednom periodu. Oni se u najkraćem mogu predstaviti na sledeći način:

1. Stabilnost cena i kursa dinara;
2. Povećanje proizvodnje i spoljnotrgovinske razmene (posebno na strani izvoza);
3. Nastavak započetih reformskih procesa, a naročito u oblasti privatizacije i transformacije privrede;
4. Poboljšanje životnog standarda stanovništva.

Stvarni privredni oporavak i otpočinjanje privrednog razvoja mogući su samo u potpuno stabilnim uslovima. Osnova za potrebnu stabilnost nalazi se svakako u dugoročnoj stabilnosti deviznog kursa i cena.

Sistem fiksnog deviznog kursa, koji se sa manje ili više uspeha primenjuje od početka 1994. godine, oslanjao se na Program monetarne rekonstrukcije I i II. U oba pokušaja primene fiksnog deviznog kursa, njegova stabilnost trajala je kratko, najviše do jedne godine. Fiksni kurs kao instrument antiinflacione politike znatno je doprineo umerenijem kretanju cena, posebno u 1997. godini kada je ostvarena stopa inflacije od 9,5% na godišnjem nivou, ali njen porast na 55% u 1998. godini i oko 45% u prvih 9 meseci 1999. godine, ukazuje da nije bilo obezbeđeno sinhronizovano dejstvo mera ukupne makroekonomske politike, tako da se sve više postavlja pitanje opravdanosti dalje primene sistema fiksnog deviznog kursa bez prethodne primene novog stabilizacionog programa.

Imajući u vidu činjenicu da prošlogodišnjom devalvacijom izvršena korekcija deviznog kursa nije dala očekivane rezultate, kao i da devizni kurs u narednom periodu treba da se vrati svojoj normalnoj ulozi – uspostavljanju spoljne ravnoteže, nosioci ekonomske politike treba da se odluče na promenu politike deviznog kursa što podrazumeva uvođenje fluktuirajućeg kontrolisanog deviznog kursa. Opcija kontrolisanog fluktuirajućeg deviznog kursa pružila bi najbolje mogućnosti za uticaj monetarne politike i politike kursa na opšti nivo cena, tokove privredne aktivnosti, obim deficita spoljnotrgovinske razmene i nivo deviznih rezervi zemlje.

U okviru stabilnosti cena kao cilja makroekonomske politike potrebno je voditi politiku slobodnog formiranja cena proizvoda i usluga na tržištu uz snižavanje opšteg nivoa domaćih cena paralelno sa jačanjem uticaja inostrane konkurencije. Osim toga, nužno je preduzeti određene mere radi otklanjanja postojećih dispariteta cena.

Obnova i rast proizvodnje u narednom periodu morali bi se gotovo isključivo zasnivati na izvoznjoj ekspanziji, pošto nije realno očekivati značajniji rast domaće tražnje. Ukoliko se makroekonomska politika orijentiše na to da obnovu proizvodnje bazira na domaćoj tražnji, onda bi to značilo da se ona mora inflatorno finansirati. Imajući to u vidu moramo se jasno opredeliti za soluciju da obnovu proizvodnje iskjučivo zasnivamo na izvoznjoj ekspanziji.

Svi su izgledi da će na domaćem planu povećanje proizvodnje biti uslovljeno sa tri faktora. Prvi je brzina legalizacije sive ekonomije, drugi ekspanzija aktivnosti privatnog sektora, a treći obim poljoprivredne proizvodnje. Naravno, potencijalne rezerve za oživljavanje proizvodnje moraju se naći i u boljem korišćenju postojećih kapaciteta.

Nužnost izvozne orijentacije privrede zasniva se na nedovoljnom obimu domaće tražnje, niskom nivou ukupnog društvenog proizvoda i visokoj zavisnosti domaće proizvodnje i raspoloživih kapaciteta od izvozno-uvoznih transakcija, na neophodnosti izlaska na međunarodno tržište radi specijalizacije proizvodnji u kojima postoji komparativna i konkurentna prednost, zatim na jačanju konkurentnosti privrede, unapređenju kvaliteta proizvoda, smanjenju troškova i uvođenju savremenih tehnologija.

Izvozna ekspanzija prema sadašnjem stanju stvari prvenstveno se mora oslanjati na ekonomskoj saradnji sa bivšim republikama SFRJ i susjednim zemljama, pošto su mogućnosti izvoza u razvijene zemlje, još uvek, višestruko ograničene.

Dakle, makroekonomska politika u narednom periodu mora biti zasnovana na izgradnji otvorene, efikasne i konkurentne tržišne privrede, izložene lojalnoj konkurenciji, sa naglašenom izvoznom orijentacijom.

Koncept makroekonomske politike zasnovan na stvaranju otvorene tržišne i izvozno orijentisane privrede podrazumeva nastavak aktivnosti na sprovođenju celovitih privrednih reformi uz postepeno stvaranje osnova za formiranje nedostajućih tržišnih institucija čime bi se u narednim godinama obezbedilo uspostavljanje kompatibilnosti domaćeg privrednog sistema sa privrednim sistemima razvijenih zemalja.

U osnovi institucionalnog preobražaja koji treba da omogući radikalna privredna zaokret, mora stajati dalekosežna društvena reforma zasnovana na privatnoj svojini, demokratiji i tržišnoj privredi. Veoma je bitno nastaviti sa započetim procesom privatizacije i prestrukturiranja, kako bi naša preduzeća dobila prave vlasnike i počela da se prilagođavaju uslovima poslovanja koji važe za otvorene tržišne privrede.

Ključnu ulogu u procesu privatizacije, dakle, imaće transformacija društvenog kapitala kao preduslov za povećanje efikasnosti privređivanja i uspostavljanja tržišta roba i usluga i tržišta faktora proizvodnje. Svojinska transformacija je ključno pitanje reforme. Napuštanjem nesvojinske koncepcije društvene svojine, težište u finansiranju privrede preneće se na obezbeđivanje trajnih izvora sredstava iz sopstvene akumulacije i iz angažovanja slobodne akumulacije privrednih organizacija emitovanjem deonica. U okviru ovih procesa nosioci makroekonomske politike treba da podržavaju prvenstveno preduzeća sa adekvatnim menadžmentom, marketingom i savremenim tehnološkim rešenjima. Privatizacija mora predstavljati presudan korak u procesu liberalizacije celokupnog ekonomskog života. Sprovođenje privatizacije je neophodan uslov privlačenja stranog kapitala u našu zemlju.

Proces svojinske transformacije treba da prate programi prestrukturiranja preduzeća i reforme bankarskog sektora kao i socijalne zaštite.

Brže i efikasnije uvođenje privatne i mešovite svojine umesto dosadašnje društvene i državne svojine, predstavlja polaznu osnovu za intenziviranje procesa prelaska netržišne u tržišnu privredu, a samim tim, i njen brži oporavak i revitalizaciju na bazi podsticanja svih oblika stvaralaštva i racionalizacije u svim delatnostima i na svim organizacionim nivoima.

Ukratko, ukoliko se ozbiljno ne ude u reforme, pre svega u svojinske i strukturne reforme na tržišnim osnovama, makroekonomska politika vrlo brzo će se naći pred konfliktnim ciljevima.

U projekcijama makroekonomske politike za naredni period moraju se učiniti svi potrebni naponi kako bi se došlo do bar skromnog porasta životnog standarda stanovništva.

Osnovni cilj makroekonomske politike u ovoj oblasti mora biti adekvatnija zaštita standarda socijalno ugroženih kategorija stanovništva i ravnomernija raspodela tereta socijalnih troškova između privrede i države.

Realizacija ovako postavljenih ciljeva makroekonomske politike zahtevaće i ispunjavanje određenih pretpostavki i uslova. Ključne pretpostavke od kojih zavisi realizacija celovite makroekonomske politike u narednom periodu su:

- a) Intenziviranje ukupnog procesa tranzicije i izgradnja tržišnog privrednog sistema;
- b) Intenziviranje reintegracije naše zemlje u međunarodnu zajednicu i normalizacija odnosa sa međunarodnim finansijskim organizacijama i Svetskom Trgovinskom Organizacijom (STO);
- c) Značajniji priliv stranog kapitala po osnovu privatizacije, koncesija i inostranih ulaganja;
- d) Intenziviranje strukturnih reformi stvaranjem uslova za strukturno prilagođavanje privrede;
- e) Suštinska promena i poboljšanje sadašnje političke klime u zemlji u smislu brže demokratizacije i liberalizacije čitavog društva i
- f) Efikasnije funkcionisanje institucija na svim nivoima.

Jedna od najvažnijih pretpostavki realizacije ciljeva makroekonomske politike je nastavljanje i intenziviranje ukupnog procesa tranzicije. Tranzicija naše privrede, svakako, mora imati najviši prioritet. Reč je o složenom, sveobuhvatnom i dugoročnom procesu izgradnje novog tržišno utemeljenog privrednog sistema, sa precizno utvrđenim funkcijama države.

Moderan privredni razvoj zasnovan na tehnološki i ekonomski efikasnoj privrednoj strukturi, podrazumeva izgradnju novog privrednog sistema, oslonjenog na mehanizme, signale i kriterije tržišta roba i tržišta faktora proizvodnje.

Tranziciju privrede treba nastaviti bez odlaganja i intenzivirati proces rekonstrukcije privrede, društva i države. U periodu tranzicije država mora imati značajnu ulogu u izgradnji tržišnih institucija i stvaranju uslova za delovanje tržišnog mehanizma kao i podsticanju razvoja i međunarodne konkurentnosti privrede.

U procesu tranzicije i svojinske transformacije privatizacija predstavlja strateški pravac prilagođavanja svojine zahtevima moderne tržišne privrede. Promenama u privrednom sistemu omogućiće se radikalna reforma svojinskih odnosa kao ključne pretpostavke za povećanje efikasnosti privređivanja.

Makroekonomska politika u postojećim uslovima bitno zavisi od reintegracije naše zemlje u međunarodnu zajednicu i od normalizacije odnosa sa međunarodnim finansijskim organizacijama (naročito sa MMF-om) kao i od otpočinjanja procesa uključivanja u STO. Naravno, pomenuti procesi će zavisiti i od određenih uslova koji bi trebalo da budu uključeni u koncept makroekonomske politike, a odnose se na liberalizaciju spoljnotrgovinske razmene i cena, fiskalno prilagođavanje i limitiranje javne potrošnje, politiku kursa, politiku kamata i slično.

Naša privreda bi morala krenuti trasom koja vodi uključivanju u svetske ekonomske tokove i postepenom smanjivanju jaza između stepena našeg razvoja i razvoja u našem okruženju i šire.

Postizanje sporazuma sa međunarodnim finansijskim organizacijama omogućilo bi stabilizaciju privrednih tokova i značajniji priliv stranog kapitala u raznim oblicima. Uslov za to, svakako je izgradnja odgovarajućih institucionalnih rešenja kojima bi se poboljšala sigurnost stranih ulaganja.

Neizostavni deo reformskih promena na dugi rok predstavlja kompleks promena vezan za strukturno prilagođavanje privrede. S tim u vezi strukturno prilagođavanje bi trebalo da uključuje:

- proces gašenja jednih i nastajanja drugih preduzeća;
- promenu strukture upotrebe društvenog proizvoda u kojoj se javna potrošnja oštro prilagođava fiskalnom kapacitetu privrede;
- rekonstrukciji bankarskog sistema koja obuhvata i njegovu sanaciju;
- konstituisanje tržišta rada i izvlačenje socijale iz preduzeća i
- uspostavljanje pravnog poretka u zemlji i njegovo uspešno funkcionisanje.

Veoma bitna pretpostavka za ostvarenje makroekonomske politike je politička stabilizacija i demokratizacija društva. Osnovni prioritet u ovoj sferi predstavlja izgradnja moderne, demokratski uređene federacije nastavljanjem ustavne reforme i svestrane rekonstrukcije društva i države. To je ključna pretpostavka za prevazilaženje stanja ekonomske nerazvijenosti i političke nesigurnosti u kome se zemlja sada nalazi.

3. Neophodnost efikasnijeg instrumentarija za realizaciju makroekonomske politike

U ostvarivanju odabranih ciljeva makroekonomske politike država se služi odgovarajućim instrumentima i merama. Instrumenti makroekonomske politike mogu biti veoma različiti i relativno brojni, ali je njihova masovnost često znak nemoći makroekonomske politike. Uobičajeni su: regulacija novčane mase i kreditnih tokova, kamatna politika, oporezivanje, fiskalna preraspodela, tzv. politika dohodaka, regulacija valutnog kursa, "zamrzavanje cena", regulacija plata...

Glavne oslonce instrumenata makroekonomske politike čine: (a) monetarna politika usmerena na stabilizaciju cena i kursa; (b) fiskalna politika usmerena na finansiranje javne potrošnje iz realnih izvora i na smanjivanje udela javne potrošnje u društvenom proizvodu; (c) spoljnotrgovinska i devizna politika usmerena na liberalizaciju spoljnotrgovinske razmene, uz uvažavanje međunarodnih standarda zaštite domaće proizvodnje, stimulisanje izvoza i povećanje deviznog priliva; (d) politika slobodnog formiranja cena proizvoda i usluga na tržištu uz jačanje uticaja inostrane konkurencije; (e) politika zarada usmerena na slobodno formiranje zarada uz sprečavanje troškovnog pritiska zarada na cene; (f) socijalna politika usmerena na zaštitu standarda socijalno ugroženih kategorija stanovništva i ravnomerniju raspodelu tereta socijalnih troškova između privrede i države.

Teška privredna situacija i neizvesno okruženje kao neophodnost nameću politički konsenzus o merama, mehanizmima i instrumentima za realizaciju ciljeva i zadataka makroekonomske politike u našoj zemlji. Pojedinačni segmenti makroekonomske politike treba da budu međusobno usklađeni u pogledu orijentacije, ciljeva i očekivanih efekata i da svojim instrumentarijem deluju komplementarno na privredne tokove.

Što se tiče monetarne politike, ona u narednom periodu treba da bude restriktivna i vezana za realni rast društvenog proizvoda uz gušenje inflatornih pritisaka. Takođe, ona treba da obezbedi uslove za stabilnost domaće valute i cena i odgovarajuću podršku jačanju privredne aktivnosti na tržišnim principima.

Efikasnom kontrolom Narodna banka Jugoslavije treba da obezbedi finansijsku disciplinu, posebno kontrolu upotrebe kredita banaka i kamatnih stopa na kredite. U oblasti kredita treba obezbediti uredno vraćanje kreditnih obaveza i snošenje posledica loših plasmana.

U oblasti kamata treba obezbediti kontrolu ukupnih troškova kreditnih aranžmana radi smanjenja troškova finansiranja proizvodnje. Treba voditi i odgovarajuću politiku pasivnih kamatnih stopa radi jačanja depozitne funkcije banaka i pokretanja štednje.

Fiskalna politika je značajna ekonomska poluga upravljanja privrednim tokovima. Ona treba da obezbedi uslove za finansiranje javne potrošnje iz realnih izvora i za podsticanje proizvodnje i izvoza.

Reformom javnog sektora potrebno je ojačati stabilizacionu i razvojnu ulogu fiskalne politike i konsolidovati bilans javne potrošnje u skladu sa zahtevima stabilizacione politike na principima uravnoteženosti javnih prihoda i rashoda. Potrebno je utvrditi jedinstvene osnove poreskog sistema u zemlji i obezbediti harmonizaciju poreskih politika republika. Takođe, treba ići na redukciju sadašnjeg prevelikog fiskalnog opterećenja, što bi trebalo da bude inicijalni mehanizam koji će preduzeća dovesti u situaciju da mogu početi sa snižavanjem cena.

Veoma bitan segment makroekonomske politike morala bi biti redukcija javne potrošnje. Javnu potrošnju, u dogleđnom vremenu, treba svesti na oko 40% društvenog proizvoda uz striktnu kontrolu javnih prihoda i rashoda. Smanjenje javne potrošnje moglo bi se sprovesti putem šireg uvođenja participacije u obrazovanju i zdravstvu, kao i racionalizacijom državne uprave i penzionog sistema.

Spoljnotrgovinska i devizna politika treba da budu usmerene na stimulisanje izvoza, povećanje deviznog priliva i jačanje deviznih rezervi uz uvođenje savremenih tehnologija. U tom cilju treba prilagoditi platno-bilansnu politiku i dalje institucionalizovati devizno tržište i devizni kurs, platni promet sa inostranstvom, carinski i spoljnotrgovinski sistem.

Politika cena treba da obezbedi uslove koji pogoduju stabilnosti cena i uspostavljanju realnijih pariteta cena. Cene treba da se obrazuju slobodno na osnovu ponude i tražnje uz kontrolu cena proizvoda i usluga koji imaju karakter prirodnog monopola. Politikom cena treba delovati na usklađivanje cena s ekonomskim kriterijima, uključujući i vraćanje neopravdano povećanih cena.

Politika zarada treba da obezbedi uslove za formiranje zarada na osnovu ostvarene proizvodnje i produktivnosti rada uz obezbeđivanje isplate zarada u privredi iz naplaćene realizacije, vodeći računa o obavezama poverilaca i amortizaciji. Takođe, potrebno je da se u potpunosti obezbedi isplata zarada i svih primanja kroz sistem platnog prometa.

Socijalna politika treba da bude orijentisana na transformaciju socijalnih davanja i reformu penzijsko-invalidskog i zdravstvenog osiguranja. Osim toga, ona treba da obezbedi zaštitu socijalno ugroženog stanovništva, uključujući i nezaposlene, kao i ravnomerniju raspodelu tereta socijalnih troškova između privrede i države.

Realizacijom pomenutih koncepcija treba da se omogući povoljan ambijent za ostvarivanje prioriternih ciljeva makroekonomske politike u narednom periodu, što bi, svakako, dovelo do povećanja efikasnosti privređivanja u sklopu ukupnog procesa tranzicije jugoslovenske privrede.

Zaključak

Proces tranzicije u SR Jugoslaviji odvija se u veoma nepovoljnom makroekonomskom ambijentu. Mada su usvojeni najvažniji zakoni koji bi trebalo da omoguće postizanje ekonomskog oporavka unapređenjem razvoja privatnog sektora i podsticanjem stranih investicija, rezultati su ipak izostali.

Jugoslovenska privreda nalazi se tek na početku svojinske transformacije sa još uvek velikim procentom društvenog kapitala.

Tržište kapitala u SR Jugoslaviji, iako institucionalno regulisano, praktično ne funkcioniše. Ova činjenica je rezultat usporenog procesa svojinske transformacije, nedostatka dohotka, inostranih finansijskih sredstava i celokupnog nepovoljnog okruženja u kome posluje naša privreda.

Uporedo sa nepovoljnim makroekonomskim ambijentom SR Jugoslavija se suočava i sa nestabilnim i iznova pogoršanim političkim prilikama.

Imajući prethodno navedeno u vidu, može se zaključiti da je stvaranje makroekonomskog okvira tranzicije glavni preduslov njenog uspeha. Taj okvir podrazumeva uspostavljanje stabilnosti cena i deviznog kursa, ubrzavanje privatizacije i strukturnih reformi, aktiviranje tržišta kapitala, liberalizaciju spoljnotrgovinskih odnosa itd.

Ostvarivanje procesa razvoja i prevazilaženje postojećih ograničenja podrazumeva sprovođenje fazno razrađenog programa makroekonomske politike stabilizacionog karaktera. Stoga je potrebna konzistentna i aktivna makroekonomska politika i visok stepen harmonizovanosti ekonomske politike federacije i republika. Veoma je bitan i politički konsenzus o merama, mehanizmima i instrumentima za realizaciju ciljeva i zadataka makroekonomske politike.

Literatura

1. Avramović, D. (1994) "Transition in Eastern Europe", ECPD, Beograd.
2. Đukić, P. (1999) "Početak 1999. teži od svake projekcije", Poslovna politika (mart), Beograd, str. 2-4.
3. Đukić, P. (1999) "U susret novim teškoćama", Poslovna politika (septembar), Beograd, str. 3-5.
4. Madžar, Lj. (1995) "Svojina i reforma", Ekonomski institut i Institut ekonomskih nauka, Beograd.
5. Mijatović, B. (1998) "Ekonomija, politika i tranzicija" Fikom, Beograd.

6. "Politika razvoja Savezne Republike Jugoslavije sa procenom makroekonomskih kretanja do 2005.", (1997), Savezno ministarstvo za razvoj, nauku i životnu sredinu, Beograd.
7. Savić, N. (1997) "Transformacija ili privatizacija", Poslovni krug, br. 20 (april), Beograd, str. 8-11.
8. Veličković, D. (1996) "Ekonomska politika i privredni razvoj", Ekonomika, br. 4-6, Niš, str. 39-48.

Mr Gordana Marjanović*

EKONOMSKA POLITIKA U IS-LM MODELU

Apstrakt: Cilj savremenih makroekonomskih istraživanja je rešavanje mnogih problema složenih privrednih tokova. Ekonomska politika predstavlja značajnu oblast tih istraživanja. U radu je izložen koncept fiskalne i monetarne ekonomske politike kroz jedan od osnovnih modela moderne makroekonomije: IS-LM model. Kroz ovaj model je data analiza efekata primene mera ekonomske politike na promene najbitnijih makroekonomskih veličina. O rezultatima i dometima fiskalne i monetarne politike postoje različita mišljenja među ekonomistima.

Abstract: The aim of modern macroeconomic explorations is to solve many problems of complex economic courses. An economic policy represents a significant area of those explorations. In this paper it is submitted a concept of fiscal and monetary economic policy through one of the basic model of modern macroeconomics: "IS-LM" model. By this model it is given the analysis of the economic policy measures application effects on the most essential macroeconomic variables changes. There are different opinions among economists about the fiscal and monetary policies results and ranges.

Uvod

Privredni život predstavlja veoma složenu tvorevinu koja se sastoji iz nekoliko zaokruženih delova od kojih svaki za sebe predstavlja jednu celinu. Postoji veliki broj različitih kombinacija između tih celina što dosta komplikuje privrednu sliku.

Najznačajnije oblasti makroekonomskog istraživanja su: tržište roba i usluga gde se ravnoteža predstavlja preko jednakosti štednje i investicija i gde se primenjuje politika cena kao odgovarajuća mera ekonomske politike; zatim, javne finansije koje

* Asistent Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

obuhvataju javnu potrošnju i poreske prihode države i gde se primenjuju mere fiskalne politike; razmena sa inostranstvom za koju odgovara spoljno trgovinska i devizna politika; novčani i bankarski sistem gde novac ima primarnu ulogu na strani agregatne ponude i agregatne tražnje a monetarno kreditna politika ima regulativnu ulogu; agregatna ponuda u kojoj se vodi politika dohodaka i posebna politika za svaku privrednu oblast.

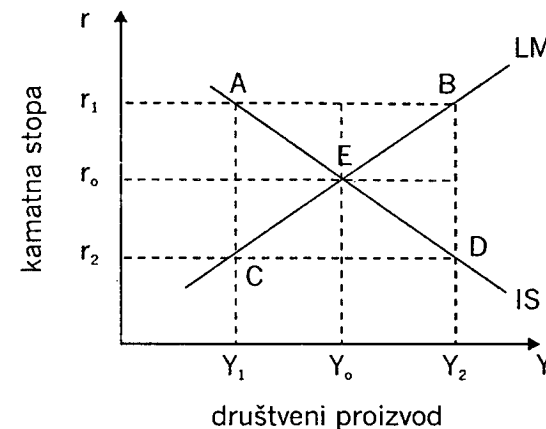
Jedan od najznačajnijih modela u makroekonomiji jeste IS-LM model koji predstavlja osnovu moderne makroekonomije. U model je uključena kamatna stopa kao dodatna determinanta agregatne tražnje, koja se povećava ukoliko se kamatna stopa smanjuje. Da bi se utvrdile glavne odrednice kamatne stope neophodno je uključivanje tržišta novca i sadejstvo robnih i finansijskih tržišta. Kamatne stope i dohodak su zajednički određeni uz pomoć ravnoteže na tržištu robe i novca, što je osnova IS-LM modela. Zadatak narednih izlaganja je analiza promena makroekonomskih veličina primenom mera ekonomske politike.

Ekonomska politika predstavlja niz mera koje država preduzima radi ostvarivanja pune zaposlenosti i potencijalnog društvenog proizvoda. Svaka ekonomska politika ima svoje područje delovanja, mere i probleme koje treba da rešava. Ekonomske politike su međusobno povezane, jer su oblasti na koje se one odnose međusobno povezane. Zato se ekonomske politike kombinuju.

Ravnoteža na robno-novčanim tržištima

Opšta ravnoteža u makroekonomiji postiže se onda kada su sva tržišta u ravnoteži. Ako povežemo tržište roba i tržište novca, dobijamo kamatnu stopu i društveni proizvod na osnovu kojih su u ravnoteži i tržište roba i tržište novca. Povezivanje IS i LM krive ustvari znači povezivanje stanja ravnoteže na dva međusobno zavisna tržišta [1, str. 137].

Grafički, opšta ravnotežna tačka je gde se IS i LM kriva seku:



Slika 1: Ravnoteža na robno-novčanim tržištima

Ako je kamatna stopa r_1 visoka formira se nizak društveni proizvod Y_1 . Ravnoteža na robnom tržištu u tački A dovodi do neravnoteže na novčanom tržištu. Pri niskom društvenom proizvodu Y_1 jednakost ponude i tražnje novca može da se ostvari u tački C ali uz nisku kamatnu stopu r_2 . Zato dolazi do opadanja kamatne stope ka ravnotežnoj visini r_0 . U međuvremenu dolazi do rasta društvenog proizvoda zbog rasta investicija i agregatne tražnje.

Ako je ceo proces počeo sa niskom kamatnom stopom r_2 i visokim društvenim proizvodom Y_2 , formiraće se robna ravnoteža u tački D. Za taj društveni proizvod postoji neravnoteža na novčanom tržištu. Ona se može uspostaviti u tački B ako raste kamatna stopa. Prvobitno niska kamatna stopa r_2 počinje da se penje ka ravnotežnoj visini r_0 . Dolazi do smanjenja društvenog proizvoda zbog pada investicija i agregatne tražnje. Tako se uspostavlja zajednička robno-novčana ravnoteža u tački E gde se IS i LM kriva seku.

Karakteristične su dve ekstremne situacije:

1. nizak društveni proizvod i visoke kamatne stope i
2. visok društveni proizvod i niske kamatne stope.

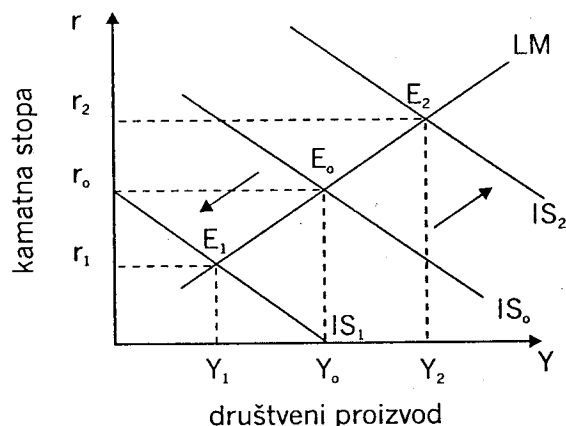
U procesu uspostavljanja robno-novčane ravnoteže brže se menja i prilagođava stanje na tržištu novca, gde kamatna stopa može gotovo trenutno da reaguje na odsustvo ravnoteže, nego što se menja stanje na tržištu roba. Na tržištu roba stanje se sporije menja pod uticajem promena kamatne stope i agregatne tražnje, ali svojim promenama povratno utiče na tržište novca tako da dolazi do formiranja zajedničke robno-novčane ravnoteže [2, str. 215].

Fiskalna politika: pomeranje IS krive

Fiskalna politika predstavlja korišćenje javnih prihoda i javnih rashoda u cilju delovanja na kretanje ukupne tražnje i agregatne ponude. Drugim rečima, fiskalna politika je ona komponenta makroekonomske politike koja se odnosi na primenu javnih prihoda i javnih rashoda u cilju ublažavanja privredne nestabilnosti s jedne i podržavanja privrednog rasta s druge strane.

I Na tržištu roba i usluga fiskalna politika pomera naviše ili naniže IS krivu jer se preko jednakosti štednje i investicija izražava robna ravnoteža. Jedna od mera fiskalne ekonomske politike jeste poreska politika.

Restriktivna fiskalna politika podrazumeva povećanje poreza ili uvođenje novih poreza. Na grafikonu koji prikazuje ravnotežu na robno-novčanom tržištu, povećanje poreza će usloviti pomeranje IS krive na dole [1, str. 153-158].



Slika 2: Restriktivna i ekspanzivna fiskalna politika

Početno stanje robno novčane ravnoteže je u tački E_0 sa odgovarajućim društvenim proizvodom Y_0 i kamatnom stopom r_0 . Povećanje poreskog opterećenja, potiskuje naniže krivu IS_0 u novi položaj IS_1 . U novoj ravnotežnoj tački E_1 , manji su i kamatna stopa r_1 i društveni proizvod Y_1 .

Prva posledica porasta poreskog opterećenja ispoljava se na raspoloživom dohotku domaćinstava, jer on opada a sa njim i potrošnja stanovništva. Pad potrošnje utiče na smanjenje agregatne tražnje koja s druge strane izaziva smanjenje društvenog proizvoda.

Druga posledica nastaje na tržištu novca jer smanjeni društveni proizvod izaziva smanjenje robnih transakcija na tržištu roba i usluga i pad potražnje za novcem. Tržište novca mora na neki način da neutrališe pad novčane tražnje a to može da se ostvari ako i kamatna stopa opadne.

Dakle, prvo nastaje reakcija na tržištu roba a zatim se ona prenosi na tržište novca da bi se ponovo vratila natrag na tržište robe. Niža kamatna stopa stimuliše rast investicija i delimično se oporavlja agregatna tražnja ali rast investicija nije dovoljan da potpuno pokrije pad potrošnje pa je u krajnjem ishodu agregatna tražnja ipak opala. Zato je društveni proizvod manji nego što je bio pre podizanja poreskog opterećenja. Povećavaju se razmere nezaposlenosti ali je smanjen deficit javne potrošnje [2, str. 217].

Porast poreskog opterećenja ima svoju gornju granicu i ako se ona pređe poreski prihod opada iako rastu poreske stope. Takođe, privredni subjekti menjaju svoj odnos prema plaćanju poreza i otvara se mogućnost nastajanja evazije poreza.

Ekspanzivna fiskalna politika podrazumeva smanjenje poreza. Smanjenje poreskog opterećenja potiskuje krivu IS_0 na gore u novi položaj IS_2 . U novoj ravnotežnoj tački E_2 dolazi do rasta društvenog proizvoda na nivo Y_2 ali i kamatne stope na nivo r_2 . (slika 2)

Promene nastaju kako na tržištu roba, tako i na tržištu novca. Suprotno povećanju poreza, krajnji efekti smanjenja poreza su povećavanje zaposlenosti odnosno, smanjenje nezaposlenosti i povećanje deficita javne potrošnje.

II Sledeće što država odnosno vlada može da uradi u primeni fiskalne politike jeste smanjenje javne potrošnje. I ovaj vid fiskalne ekonomske politike ima svoju grafičku interpretaciju (slika 2). Usled smanjenja javne potrošnje dolazi do pada agregatne tražnje što krivu IS_0 pomera na dole u novi položaj IS_1 u kome je manja i kamatna stopa r_1 i društveni proizvod Y_1 , a ravnoteža je u tački E_1 . To su posledice koje nastaju na tržištu roba.

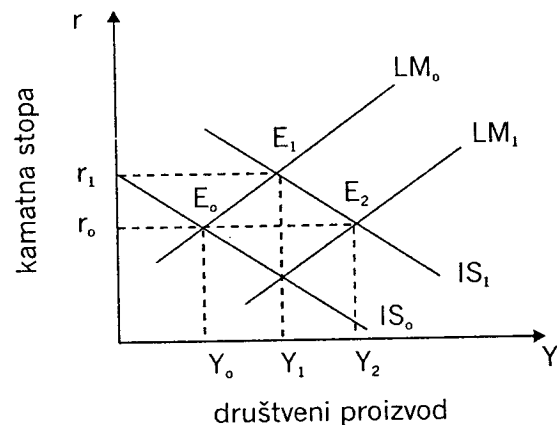
Druge posledice nastaju na tržištu novca koje su iste kao u slučaju povećavanja poreskih stopa. Smanjenje društvenog proizvoda izaziva pad tražnje za novcem a kamatna stopa opada da bi se pad tražnje neutralisao. Investicije rastu zbog niske kamatne stope ali nedovoljno i efekat ovih promena se ogleda u smanjenoj agregatnoj tražnji i nižem društvenom proizvodu.

Suprotni efekti se postižu kod povećavanja javne potrošnje kao jedne od mera ekspanzivne fiskalne politike. Kriva IS_0 se pomera na gore u novi položaj IS_2 . Nova ravnoteža je u tački E_2 , dolazi do rasta društvenog proizvoda na nivo Y_2 ali i kamatna stopa raste na nivo r_2 (slika 2).

Postižu se isti efekti kao kod smanjenja poreza jer se povećavaju društveni proizvod, agregatna tražnja i nivo zaposlenosti ali se takođe povećavaju kamatna stopa i deficit javne potrošnje [1, str. 160].

Restriktivna fiskalna politika povećava poreze i smanjuje državne izdatke, kriva IS se pomera na dole. Ekspanzivna fiskalna politika smanjuje poreze i povećava državne izdatke a kriva IS se pomera na gore. Restriktivna fiskalna politika smanjuje deficit javne potrošnje, ali povećava nezaposlenost. Ekspanzivna fiskalna politika smanjuje nezaposlenost ali povećava deficit javne potrošnje. Poželjni ciljevi fiskalne politike su smanjenje nezaposlenosti i eliminisanje budžetskog deficita. Međutim, između njih postoji sukob koji se u literaturi naziva konflikt makroekonomskih ciljeva. Neophodno je opredeljivanje za jedan od dva ili više konkurentskih ciljeva i kombinovanje fiskalne politike sa nekom drugom ekonomskom politikom [2, str. 218].

III Jedan od vidova fiskalne politike kojom vlada može da finansira budžetski deficit jeste prodaja obveznica. U tom slučaju novčana ponuda ostaje nepromenjena (LM_0), agregatna tražnja se povećava a IS kriva ide na gore. Kamatna stopa se povećava sa nivoa r_0 na r_1 , a društveni proizvod sa Y_0 na Y_1 [3, str. 440].



Slika 3: Eliminisanje budžetskog deficita prodajom obveznica

Međutim, visoke kamatne stope dovode do efekta istiskivanja privatnih investicija a povećano vladino trošenje neće u potpunosti neutralisati istiskivanje. Na ove promene nisu imune ni ponuda i tražnja za novcem, LM kriva nije vertikalna. Krajnji ishod vladinog finansiranja budžetskog deficita prodajom obveznica je povećanje kamatnih stopa koje je veće nego povećanje društvenog proizvoda.

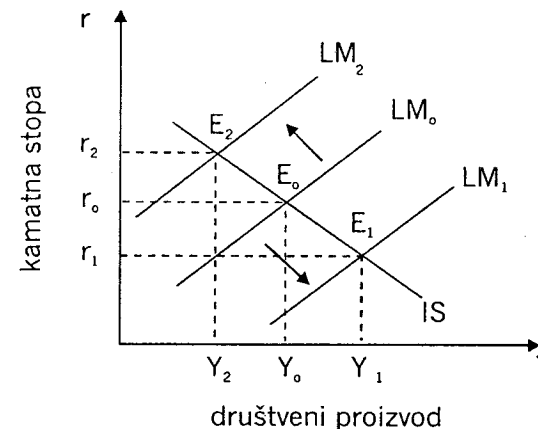
Vlada može reagovati povećanjem monetarne ponude dovoljno da održi kamatnu stopu na početnom nivou (r_0) pomeranjem LM krive desno. Društveni proizvod bi se povećao a nova ravnoteža je u tački E_2 . U ovom slučaju ignorisana je činjenica da povećanje dohotka utiče na agregatnu tražnju. Međutim, iako kamatna stopa ostaje

na početnom nivou, povećanje monetarne ponude teži da postane više ekspanzivno nego vladino finansiranje izdavanjem obveznica [3, str. 441].

Monetarna politika: pomeranje LM krive

Monetarna politika utiče na ponudu novca i preko nje na kamatne stope. Time ona posredno utiče na investicije, potrošnju i štednju odnosno, na nivo agregatne tražnje i društveni proizvod.

Uspostavljanje robno novčane ravnoteže i delovanje monetarne politike može se prikazati grafički: [1, str. 144].



Slika 4: Ekspanzivna i restriktivna monetarna politika

Nakon preduzimanja mera restriktivne i ekspanzivne fiskalne politike, privreda je uspostavila novu ravnotežu na robno novčanim tržištima u tački E_0 . Fiskalna politika je uticala na pomeranje IS krive a kriva LM se nije pomerala. Primenom mera monetarne politike kriva LM menja položaj. Ekspanzivnom monetarnom politikom povećava se masa novca u opticaju što krivu LM_0 pomera na dole u novi položaj LM_1 , kamatna stopa opada sa nivoa r_0 na nivo r_1 , a društveni proizvod raste na Y_1 . Ako bi se nastavila emisija novca, LM kriva bi se dalje pomerala na dole sa još nižom kamatnom stopom i još većim društvenim proizvodom. Nastavak aktivne monetarne politike može da dovede do formiranja negativnih kamatnih stopa [2, str. 220].

Ekspanzivnom monetarnom politikom prvi efekti nastaju na tržištu novca jer društveni proizvod ne može odmah da reaguje na povećanje novčane mase. Sa

povećanom ponudom novca dolazi do opadanja realnih kamatnih stopa i rasta potražnje za novcem. Na tržištu roba niže kamatne stope podstiču investicije i raste zainteresovanost preduzeća za uzimanje kredita u cilju postizanja većih profita. Pretpostavka je da su cene konstantne. Sa povećanim investicijama raste agregatna tražnja koja je do tada opadala, postiže se cilj preokretanja trenda u kretanju agregatne tražnje i raste društveni proizvod. Promene na tržištu roba povratno utiču na tržište novca pa povećana tražnja za novcem usporava pad kamatnih stopa [4, str. 426].

Kada vlada vodi restriktivnu monetarnu politiku, smanjuje se količina novca u opticaju. Kriva LM_0 se pomera na gore u položaj LM_1 , kamatna stopa se povećava na r_2 , a društveni proizvod opada na nivo Y_2 (slika 4). Visoka kamatna stopa destimuliše investicije, agregatna tražnja opada i povećavaju se razmere nezaposlenosti.

Ekspanzivna monetarna politika povećava emisiju novca i pomera LM krivu naniže. Restriktivna monetarna politika smanjuje količinu novca u opticaju i pomera LM krivu naviše. Ekspanzivna monetarna politika podstiče rast društvenog proizvoda i zaposlenost a restriktivna destimuliše privredni rast i povećava nezaposlenost [4, str. 426].

Stalno vođenje aktivne monetarne politike znači neprekidan rast novčane mase iznad stope rasta društvenog proizvoda i pritisak na obaranje kamatnih stopa koje jednog trenutka moraju da postanu negativne kamatne stope.¹ Realna kamatna stopa može da bude negativna što znači da cene više nisu stalne (predpostavka u analizi je bila da su cene stalne). Neprekidan rast novčane mase odvodi privredu u stanje inflacije.

Dometi fiskalne i monetarne politike

Kada se analizira uticaj monetarne i fiskalne politike i kada se dozira njihova upotreba prema problemu koji želimo da rešimo, treba imati u vidu neposredni i posredni uticaj ovih politika kao i da postoji mogućnost međusobnog neutralisanja efekata pojedinih mera. Postoje različita mišljenja među ekonomistima o dometima fiskalne i monetarne politike. Većina ekonomista smatra da je moguće da se vodi aktivna monetarna i fiskalna politika uz rešavanje problema doziranja njihove upotrebe da bi se ostvarili postavljeni ciljevi [2, str. 221].

Međutim, u literaturi postoje i drugačija mišljenja. Shvatanje o neefikasnosti monetarne politike se pripisuje kejnzijanskoj školi dok se stav o neefikasnosti fiskalne

¹ Nominalna kamatna stopa nikad ne može da bude negativna jer bi to značilo da banke pozajmljuju novac i plaćaju klijentima da uzimaju novac na zajam.

politike i ograničenom dejstvu i jedne i druge politike pripisuje monetaristima [4, str. 435-438].

Osnova kejnzijanskog shvatanja je u uverenju da investicije slabo reaguju na kamatnu stopu, da emisija novca ne može da pokrene rast društvenog proizvoda i smanji nezaposlenost jer nema promena na strani agregatne tražnje. Kejnzijanci smatraju da javna potrošnja direktno povećava agregatnu tražnju što utiče na porast društvenog proizvoda i smanjenje nezaposlenosti. Pristalice fiskalnog intervencionizma zahtevaju od države da vodi aktivnu fiskalnu politiku.

Monetaristi smatraju da porast javne potrošnje dovodi do povećavanja deficita javne potrošnje, nastaje efekat istiskivanja investicija [3, str. 357]. Zbog efekta istiskivanja fiskalna politika je neefikasna i ne može da se upotrebi za podizanje društvenog proizvoda i smanjenje nezaposlenosti [5, str. 280].

Na tržištu novca kamatna stopa ne utiče mnogo na tražnju za novcem ali monetaristi smatraju da realna kamatna stopa utiče na investicije i agregatnu tražnju. Porast novčane mase ne mora direktno da se odrazi na porast cena. Ključno pitanje je: kada će porast novčane mase da se odrazi na povećanje cena? Ako je porast novčane mase očekivan od strane privrednih subjekata, odmah će doći do porasta cena, jer će oni svoja očekivanja o rastu novčane mase da ugrade u cene. Ako porast novčane mase nije bio predviđen i ako ga privredni subjekti nisu ugradili u cene, onda će doći do pada realne kamatne stope i do porasta investicija i agregatne tražnje. Ako novčana masa nastavi da raste, više nema iznenađenja za privredne subjekte, cene rastu i prestaje mogućnost uticaja novčane mase na rast društvenog proizvoda. Dolazi do izražaja ograničeno dejstvo monetarne politike [2, str. 223].

Literatura

- [1] R. Dornbusch, S. Fischer, "Macroeconomics", McGraw-Hill, 1988.
- [2] M. Labus, "Osnovi ekonomije", Jugoslovenska knjiga, Beograd, 1995.
- [3] D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, "Economics", McGraw-Hill, 1994.
- [4] M. Jakšić, L. Pejić, "Doktrine velikih ekonomista", Ekonomski fakultet, Beograd, 1994.
- [5] M. Sekulović, D. Kitanović, S. Cvetanović, "Makroekonomija", Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1997.

MEĐUNARODNI EKONOMSKI ODNOSI

Dr Stevo Kovačević*

EVROPSKA UNIJA: OD OBRAČUNSKE JEDINICE DO JEDINSTVENE VALUTE

Rezime. Istorija monetarne saradnje u Evropskoj uniji (EU) je relativno kratka. Evropski monetarni sistem, kao najkonkretnija manifestacija evropske monetarne saradnje, počela je kao relativno fleksibilan sistem 1979. godine, da bi nakon toga postao vidljivo rigidniji, naročito posle 1987. godine, a od 1993. godine postaje fleksibilniji nego ikada u svojoj istoriji. Ove tendencije u Evropskom monetarnom sistemu ubrzale su pojačane raprave oko metoda kojim bi EU trebala da usvoji jedinstvenu valutu.

Monetarna saradnja u EU prvi put je razmatrana 1970. godine (Vernerov izveštaj). U njemu je konstatovano da Evropa treba da teži postizanju monetarne unije do 1980. godine. Ipak, slom bretonvudskog sistema i rast cena nafte, doveli su do slamanja sistema fiksnih deviznih kurseva.

Cilj ovog rada je da se osvetli proces monetarne saradnje u Evropi kroz put evropske valutne jedinice do jedinstvene valute – euro.

Summary. The history of the monetary cooperation in European union (EU) is a fairly. The European Monetary System (EMS), the most concrete manifestation of the european monetary coopertion, began as a relatively flexible target zone system in 1970, became more loose progressively more rigid especialy after 1987 and finally, since 1993 has been more loose than debate regarding the metod by which EU should adopt a single currency.

The monetary cooperation was first discussed in 1970 (Werner report). It argued that EU should aim to achieve monetary union by 1980. However, the subsequent brekdown of Bretton Woods system and the rise in oil prices led to an abandonement of the plan, The members countries of the EU went their own way when a system of fixed ehchange rates collapsed.

The aim of the European current unit (ECU) and its tranformation in a single curency – euro.

* Redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

Nakon odluke šefova država i vlada jedanaest od petnaest zemalja članica Evropske unije (EU), od 2. maja 1998. godine, da pređu na treću fazu monetarne unije, 1. januara 1999. godine u EU startovala je jedinstvena valuta pod nazivom euro.

Jedinstvena valuta – euro je bez sumnje najgrandiozniji poduhvat u evropskoj ekonomskoj istoriji i predstavlja kuriozitet u praksi međunarodne ekonomske integracije, jer po prvi put jedna regionalna integraciona grupacija prihvata jedinstvenu valutu umesto nacionalnih valuta zemalja članica koje će u relativno kratkom vremenskom periodu, do polovine 2002. godine biti potpuno povučene. Tada će jedinstvena valuta – euro biti jedini novac, sa svim svojim funkcijama, na prostoru EU, iza koje će stajati autoritet ove regionalne evropske integracione grupacije.

Uvođenje eura, kao jedinstvene valute, je nedvosmileno znak ne samo o čvrstosti rešenosti zemalja članica da se konačno odreknu nacionalnih suvereniteta u vođenju monetarne politike u zamenu za jedinstvenu monetarnu politiku na nivou EU, već i pouzdan simptom o dovoljno dostignutom i potrebnom nivou integracije među privredama zemalja članica, koji je na prirodan način nemetnuo potrebu prelaska na jedinstvenu politiku i u oblasti monetarne politike, koja zahteva i prihvatanje jedinstvenog novca na prostoru EU, kao celine.

Evropska obračunska jedinica

Posle formiranja Evropske ekonomske zajednice (EEZ), zemlje članice odlučile su da obrazuju sopstvenu obračunsku jedinicu koja bi poslužila za izražavanje vrednosti međusobnih finansijskih transakcija. Potreba za uspostavljanjem obračunske jedinice nametnula se odmah na početku funkcionisanja EEZ. To su zahtevale kako elementarne funkcije njenog institucionalnog mehanizma tako i razvoj i provođenje politike u pojedinim ekonomskim sektorima. Na taj način su rešeni i problemi izražavanja finansijskog doprinosa zemalja članica zajedničkom budžetu EEZ.

Sa stupanjem na snagu zajedničke agrarne politike 1962. godine pokazala se takođe potreba za jedinstvenim izražavanjem cena poljoprivrednih proizvoda i svih drugih aspekata finansiranja zajedničke politike u ovoj oblasti.

Prilikom definisanja obračunske jedinice, između ostalog, bila je prisutna ideja da ovu ulogu možda može obavljati neka od valuta zemalja članica. Ova ideja ipak nije podržana čak ni od onih zemalja čije su valute, s obzirom na ekonomsku snagu, imale najviše šanse da preuzmu ulogu obračunske jedinice u EEZ. Umesto toga ustanovljena je obračunska jedinica (Unit of Account – UA) zasnovana na zlatnoj podlozi od 0,888671 grama zlata, što je ravno težini zlatne podloge jednog američkog dolara koja je važila do 1971. godine, do kada je američka valuta bila konvertibilna u zlato.

Zahvaljujući fiksnim deviznim kursovima, koji su se zasnivali na stabilnosti američkog dolara, održavan je stabilan odnos UA prema valutama zemalja članica. Na taj način lako su preračunavane vrednosti pojedinih transakcija odnosno cena izraženih u UA u iznose pojedinih nacionalnih valuta zemalja članica.

Prelazak na praksu fluktuirajućih deviznih kurseva izazvao je promenu načina utvrđivanja vrednosti UA. Ona se od tada određuje kao zbir vrednosti svih valuta zemalja članica EEZ.

Od juna 1974. godine ponovo se menja način utvrđivanja vrednosti UA. Od tada se ona vezuje za specijalna prava vučenja (special drawing rights – SDR), čija je jedinica u to vreme bila ravna 1,20635 američkih dolara.

Sa promenama kriterijuma za utvrđivanje vrednosti UA postavio se problem učešća svake zemlje članice u “korpi” valuta koja služi kao osnova UA. To je rešeno tako što su za osnovu uzeta tri elementa: veličina bruto društvenog proizvoda, vrednost spoljne trgovine i veličina zemlje. U skladu s tim UA je tada bila komponovana sa sledećim procentualnim učešćem pojedinih valuta: nemačka marka 27,3 %, francuski franak 19,5 %, britanska funta 17,5 %, italijanska lira 14 %, holandski gulden 9 %, belgijski i luksemburški franak 8,2 %, danska kruna 3 % i irska funta 1,5 %.

Odnos UA prema pojedinim nacionalnim valutama izračunat je preko belgijskog franka, koji je poslužio kao zajednički imenitelj. Shodno tome UA je komponovana od sledećih iznosa valuta zemalja članica EEZ: 0,828 nemačkih maraka, 1,15 francuskih franaka, 109 italijanskih lira, 0,217 danskih kruna, 0,0885 britanskih funti i 0,00759 irskih funti. Na osnovi ovako utvrđenih iznosa pojedinih nacionalnih valuta u kompoziciji UA, svakodnevno je utvrđivana njena vrednost. (1/ str. 199)

U skladu sa promenama u međunarodnim monetarnim odnosima i potrebama daljeg razvoja integracije u EEZ, UA je od 1. januara 1978. godine prerasla u Evropsku obračunsku jedinicu (European Unit of Account – EUA).

Evropska valutna jedinica

Polazeći od značaja zajedničke monetarne politike EEZ za dalji tok integracije privreda zemalja članica, Komisija EEZ je inicirala predloge u pravcu ubrzanja procesa stvaranja monetarne unije. Podrška obnavljanju ideje o jačanju monetarne saradnje u EEZ zasnovana je pre svega na značaju ovog domena saradnje za dalji razvoj integracije u svim drugim oblastima ekonomske saradnje u EEZ, pri čemu nije zapostavljen ni politički prestiž EEZ u svetu.

Intenziviranje zajedničke monetarne politike shvaćeno je kao uslov za rešavanje glavnih ekonomskih problema koji su do tada smatrani gotovo nerešivim. To se pre

svoga odnosi na smanjenje razlika u nivou inflacije, smanjenju strukturnih i regionalnih razlika, (2 /str. 45.)

U takvoj atmosferi, EEZ je lansirala novi monetarni aranžman pod nazivom Evropski monetarni sistem (European Monetary System – EMS) koji funkcioniše od 13. Marta 1979. godine sa učešćem svih zemalja članica, izuzev Velike Britanije.

Osnovni cilj EMS je uspostavljanje tešnje monetarne saradnje među zemljama članicama EEZ koja bi, preko uspostavljanja zajedničke valute i zajedničke monetarne vlasti, ubrzala kretanje prema monetarnoj stabilnosti u Evropi i monetarnoj uniji. EMS je zamišljen kao fundamentalni element šire strategije usmerene na trajan i stabilan rast bez inflacije, povratak ka punoj zaposlenosti, harmonizaciji životnog standarda i ublažavanju regionalnih dispariteta u EEZ.

Evropski monetarni sistem zasniva se na tri osnovna elementa. Pored mehanizma deviznog kursa i kreditnog mehanizma, kao treći osnovni element sistema jeste evropska valutna jedinica (European Currency Unit – ECU) koja je od 1. januara 1981. godine zamenila do tada važeću evropsku obračunsku jedinicu. (3 /str. 2.)

ECU je centralni element EMS i predstavlja monetarnu jedinicu čiju vrednost čini sinteza vrednosti “korpe” valuta zemalja članica koje su uključene u EMS. Polazeći od ekonomske snage zemalja članica EMS, evropska valutna jedinica se formira kao zbir fiksno izraženih iznosa valuta zemalja članica, odnosno kao utvrđeni proseki vrednosti sadržanih u “korpi” valuta.

Evropsku valutnu jedinicu je emitovao Evropski fond za monetarnu kooperaciju i u određenim iznosima stavio na raspolaganje centralnim bankama zemalja članica EMS koje su ustupile protivvrednost 20 % njihovih zlatnih i dolarskih rezervi. Iznos ECU se prilagođavao svaka tri meseca promenama nivoa zlatnih i monetarnih rezervi i promenama dela rezervi izraženih u ECU. Na ovaj način ECU je postala sastavni deo međunarodnih monetarnih rezervi evropskih centralnih banaka.

ECU je imala sledeća četiri zadatka:

- fiksiranje centralnih kurseva u mehanizmu deviznog kursa (denominator za mehanizam deviznog kursa),
- igra ulogu jedinice obračuna za inikator divergencije mehanizma deviznog kursa,
- služi kao denominator prilikom intervencije na deviznom tržištu i međusobnom kratkoročnom kreditiranju zemalja članica i
- služi kao rezervni instrument i sredstvo obračuna među centralnim bankama zemalja članica EMS.

Valute zemalja članica EMS učestvuju u formiranju vrednosti ECU saglasno veličini društvenog proizvoda zemalja članica i veličini učešća zemalja članica u trgovini unutar EEZ. Kompozicija ECU može se menjati svakih pet godina ili kada se kriterijumi za učešće pojedine valute promene za 25 %.

Korišćenje ECU motivisano je prednostima koje prirodno proističu iz zajedničke valute. Shodno tome, ECU podrazumeva diverzifikaciju deviznog rizika koji je po pravilu veći u slučaju svake nacionalne valute, uzete pojedinačno. Stoga su holdinzi u ECU atraktivniji u odnosu na one u pojedinim nacionalnim valutama ili eurodolarima.

ECU je često stavljan ispred specijalnih prava vučenja, kao posebna vrsta međunarodnog novca, koja bi uspešnije pomogla rešavanju problema likvidnosti i poverenja u međunarodnim finansijama. Pri tome se polazilo od toga da ECU, u odnosu na specijalna prava vučenja, podrazumeva znatno veći stepen obveznosti i discipline prilikom upotrebe.

ECU je pokazala svoje prednosti i na tržištu euroobveznica. Naime, za relativno kratko vreme ECU je posle dolara i nemačke marke bila najviše korišćena valuta na ovom tržištu. To se objašnjava potrebom zapadnoevropskih zemalja za zajedničkom valutom koja se slobodnije može koristiti za komercijalne svrhe u poređenju sa nacionalnim evropskim valutama koje su suviše podvrgnute nacionalnoj deviznoj kontroli. (4 / str. 31.)

Nema sumnje da je dobrim delom dugo prisutna devizna kontrola u evropskim zemljama, pod okriljem Međunarodnog monetarnog fonda, pored ostalog dodelila dolaru ulogu eurovalute i dovela do razvoja eurovalutnog tržišta. Nakon suspenzije britanskog sistema fiksnih i uvođenja fleksibilnih deviznih kurseva, devizni rizik je postao suviše veliki. U takvoj situaciji, zapadnoevropskim zemljama trebala je alternativa koja je adekvatno pronađena u ECU. Ovakvo rešenje odgovaralo je EEZ, jer se do određene mere ograničava nacionalni valutni suverenitet i kroz zajednički mehanizam deviznog kursa smanjuje i prenosi delom na nadnacionalni nivo.

Polazeći od prednosti ECU kao zajedničke valute, poslovne banke su, motivisane većim profitom, razvile tržište ECU i obezbedile likvidnost sopstvenih transakcija u ovom domenu. U potrazi za definisanim sistemom depozita za ECU, poslovne banke su dobile potrebnu podršku Banke za međunarodne obračune u Bazelu (BIS), što već tada potvrđuje komercijalni uspeh ECU na evropskom monetarnom tržištu. Treba istaći da je, u tadašnjoj fazi zajedničke monetarne politike EEZ, sudelovanje BIS u kreditnom mehanizmu EMS bilo komplementarno daljem razvoju uloge ECU u međunarodnim finansijama.

Centralne banke zemalja članica EEZ odnosno njihove monetarne vlasti na tadašnjem nivou razvoja integracije njihovih privreda još nisu bile spremne da se odreknu suvereniteta nad nacionalnom monetarnom politikom i da preko monetarne ekspanzije u obliku ECU poremete do tada važeći monetarni poredak u Evropi. Šira upotreba ECU stoga je tada u velikoj meri zavisila od uslova pod kojima će se obezbediti kratkoročno kreditiranje transakcija izraženih u ECU od BIS ili nekog drugog

sličnog institucionalnog mehanizma, a da pri tome ne dođe do monetarne ekspanzije koja bi dovela u pitanje monetarnu ravnotežu u EMS.

Privlačnost ECU je bila i u njenoj ulozi kao obračunske i rezervne valute u oblasti kretanja dugoročnih kapitalnih transakcija. Širenje upotrebe ECU na monetarnom i finansijskom tržištu povezano je sa eliminisanjem od ranije nepovoljnih iskustava orijentacije na jednu valutu, dolar kao sredstvo rezervi i obračuna u međunarodnim plaćanjima. Dotadašnji valutni aranžmani, koji su podrazumevali izražavanje aktive i pasive u dolarima, bili su obeleženi znatnom dozom deviznog rizika koji su iskusile mnoge evropske zemlje preko regulisanja službe otplata i kamata.

Kao posledica čestog i osetnog kolebanja dolara, pojedine zemlje su vrlo često trpele nepovoljne spoljnoekonomske posledice, sa daljim negativnim posledicama na njihove privrede. Stoga su evropske zemlje, zahvaljujući ECU, u znatnoj meri predupredile pojavu velikog deviznog rizika, jer su preko ECU povećale izbor valuta u kojim bi mogle izražavati svoja dugovanja i potraživanja i tako umanjile negativne efekte na svoje privrede kao posledica isključivog oslanjanja na dolar. Ovakvoj orijentaciji evropskih zemalja doprinela su i loša iskustva iz prošlosti odnosno dokazane slabosti međunarodnog monetarnog i finansijskog sistema, zasnovanog na jednoj valuti, kako između dva svetska rata (funta sterlinga), tako i posle drugog svetskog rata (dolar). (5 / 245)

ECU je u prednosti u odnosu i na neke jake evropske valute kao što su nemačka marka i švajcarski franak, jer kao zajednička valuta vuče snagu i poverenje ne samo iz šireg tržišta, već i iz manje opterećenosti deviznom kontrolom kojoj su izložene nacionalne valute od nacionalnih monetarnih vlasti.

Podrška ECU od poslovnih banaka obezbedila je proširenje transakcija u evropskoj odnosno zajedničkoj valuti, što se ne može u takvoj meri očekivati od nacionalnih tržišta kapitala u nacionalnim valutama.

ECU je predstavljala po prvi put jedinu novčanu jedinicu u kojoj privredni subjekti u okvirima EEZ imaju jednak tretman, čime se garantuje prava konkurencija na evropskom prostoru.

Jedan od glavnih problema evropskog tržišta kapitala dugo vremena bilo je postojanje devizne kontrole koja je sprečavala slobodno kretanje kapitala prema najboljim projektima u EEZ. Neke zemlje članice EEZ praktikovale su deviznu kontrolu iz platnobilansnih razloga, a druge su to činile radi lakšeg finansiranja državnog budžeta. Da bi međunarodno kretanje kapitala bilo u funkciji racionalne međunarodne podele rada u EEZ, bilo je potrebno eliminisati deviznu kontrolu i, u skladu sa zahtevima jedinstvenog tržišta, obezbediti slobodno investiranje u najprofitabilnije projekte. Naglasak na većoj podršci ECU, posle osnivanja EMS, nesumnjivo je predstavljao značajan korak u ovom pravcu. (6 / str. 32.)

Dalja uloga i značaj ECU zavisila je od obima korišćenja evropskih valuta prilikom intervencija na deviznom tržištu u odnosu na dolar. Porast upotrebe evropskih valuta u prethodnom smislu vodilo bi jačanju značaja indikatora divergencije (preventivni signal u pogledu kretanja deviznih kurseva), a samim tim i većem podsticaju za upotrebu ECU na evropskom deviznom tržištu.

Afirmacija ECU kao centralnog instrumenta EMS potvrđena je od Komisije EEZ već 1984. godine. Naime, polazeći od nekih nedostataka u funkcionisanju EMS, ova komisija je tada pokrenula raspravu o poboljšanju njegovog funkcionisanja i u junu 1985. godine u EEZ je došlo do ublažavanja plaćanja u određenim slučajevima u domenu kratkoročnog kreditiranja, poboljšanja tretmana potraživanja izraženih u ECU, uz dozvolu centranim bankama zemalja članica da povećaju privremeno iznos u ECU prema holdinzima u dolarima ili drugim valutama zemalja EEZ i proširenje upotrebe ECU od finansijskih institucija izvan EEZ. (7 / str. 10.)

Perspektiva ECU jasno je otvorena u junu 1987. godine, uklanjanjem otpora ECU kao denominatoru za transferibilne bankarske depozite. (8 / str. 116.) Međutim, dalji razvoj ECU, kao zajedničkog novca u EEZ, naišao je na prepreku kraje 80 – tih i početkom 90 – tih godina u vidu zastoja procesa integracije u EEZ i zadržavanja suvereniteta nad vođenjem monetarne politike na nacionalnom nivou.

ECU je u okviru EMS bio prenosiv samo u vidu bankarskih depozita, ali ne i u formi papirnog i metalnog novca. To znači da ECU nije mogao da se pretvara u robu, usluge i potraživanja preko naloga i čekova u bankarske depozite. Emisija ECU je stoga bila još uvek relativno mala, jer u takvim uslovima nije bilo potrebe za razmenom nacionalnih valuta za ECU u bankama i drugim finansijskim institucijama na deviznom tržištu. Isto tako, ECU još nije mogla da se koristi za davanje zajmova i kupovinu obveznica, a što sve i ne bi moglo funkcionisati bez centralne banke EEZ, u čijoj nadležnosti bi bile centralne rezerve u ECU i jedinstvena monetarna politika.

Put ka monetarnoj uniji i jedinstvenoj valuti, imao je odgovarajuću osnovu u razvoju procesa integracije privreda zemalja članica EU i, shodno tome, adekvatnim institucionalnim promenama, u vidu potrebnih odluka ovlašćenih organa EU. Sa početkom prve faze ekonomske i monetarne unije (1. Jula 1990.), zemlje članice EU su u potpunosti liberalizovale međusobno kretanje kapitala, izuzev nekih opravdanih i privremeno odobreenih izuzetaka. (9 / str. 90.)

Isto tako, nakon ostvarenja jedinstvenog tržišta u EU (1. Januara 1993.), stupa na snagu zamrzavanje kompozicije ("korpe") ECU, čime se faktički potvrđuje Ugovor o Evropskoj uniji, potpisan godinu dana ranije u Maastrichtu. Ovako fiksirano učešće nacionalnih valuta u ECU predviđeno je da ostane na snazi sve do početka treće faze monetarne unije, odnosno do uvođenja jedinstvene valute. To ne znači da se u tom periodu nije mogao svakodnevno menjati odnosno varirati devizni kurs jedne valute prema drugim valutama ili prema samom ECU.

Sa početkom druge faze monetarne unije (1. Januar 1994.) uspostavljen je Evropski monetarni institut, kao preteča centralnoj banci na nivou EU. Od tada se usaglašava postupak za koordinaciju ekonomskih politika zemalja članica EU, u cilju jačanja konvergencije njihovih privreda i nastojanja za smanjenjem suvišnih budžetskih deficita i javnog duga.

Jedinstvena valuta – euro

Nakon što je Komisija EU 31. maja 1995. godine usvojila Zelenu knjigu koja sadrži scenario o prelasku na jedinstvenu valutu, Evropski savet je 16. decembra 1995., na sastanku šefova država i vlada 15 zemalja članica EU odlučio da jedinstvenu valutu da naziv euro i usvoji definitivan termin za njenu inauguraciju. Tada je odlučeno da se pređe na euro 1. januara 1999. godine i da to učine one zemlje koje budu ispunile kriterijume konvergencije postavljene Ugovorom iz Maastrichta. To su:

- Zemlje članice moraju eliminisati preterane budžetske deficite koji ne mogu preći 3 % Bruto domaćeg proizvoda (GDP). Isto tako, javni dug ne može biti veći od 60 % GDP.
- Stopa inflacije ne može biti iznad 1,5 % od stope inflacije postignute u tri zemlje članice EU sa najnižom inflacijom, u godini koja prethodi prelasku na monetarnu uniju.
- Dugoročne kamatne stope ne mogu biti iznad 2 % proseka kamatnih stopa tri zemlje članice EU sa najnižom inflacijom.
- Valute zemalja članica moraju biti zadržane unutar normalnih fluktuacija okvira Evropskog monetarnog sistema, u poslednje dve godine pred formiranje monetarne unije.

Takođe je tada dogovoreno da se u toku 1998. godine, i to što je moguće ranije, donese definitivna odluka o tome koje su zemlje članice ispunile potrebne uslove za prelazak na monetarnu uniju od početka 1999. godine. Ova odluka treba biti donešena na bazi podataka o ekonomskim kretanjima iz 1997. godine i na osnovi provera i analiza Evropske komisije i Evropskog monetarnog instituta.

Odluka da se usvoji jedinstvena valuta predstavlja integralni deo Ugovora o Evropskoj uniji, potpisanog od zemalja članica u Maastrichtu u februaru 1992. godine. Inače koreni preuzimanja obaveza prema jedinstvenoj valuti i monetarnoj uniji u EU, nalaze se u amandmanima na Rimski ugovor, dokument poznat pod nazivom Jedinstveni evropski akt, koji je na snazi od februara 1986. godine, a čiji je glavni cilj stvaranje jedinstvenog evropskog tržišta.

U EU smatra se da su kriterijumi konvergencije, iako teški, realistično postavljeni, a samim tim i ostvarljivi. Među postavljenim kriterijumima posebno je teško ostvariti onaj koji se odnosi na smanjenje budžetskog deficita. Pokazalo se, naime, da i to nije toliko teško ostvariti, s obzirom da je budžetski deficit na nivou EU, nakon zaključenja Ugovora u Maastrichtu, opao od 6,3 % od GDP, koliko je na nivou EU iznosio 1993. godine na 4,7 % u 1995. i 2,4 % u 1997. godini. Isto tako, postignut je vidljiv napredak na smanjenju inflacije, s obzirom da je u 1996. godini postignut do tada rekordno nizak nivo inflacije od 2,7 % za EU kao celinu i ispod 2 % u 1997. godini. (10 / str. 4)

Kao što je bilo i predviđeno, treća faza u formiranju monetarne unije među zemljama članicama EU startovala je 1. Januara 1999. godine, u skladu sa prethodno donešenom odlukom šefova država i vlada sa početka maja 1998. godine, kada je istovremeno prestala da važi ECU i ostvaren prelazak na jedinstvenu valutu – euro u odnosu jedna ECU za jedan euro. Tada je formirana i Evropska centralna banka (ECB). Ovoj odluci prethodilo je mišljenje i glasanje u Evropskom parlamentu koje je pokazalo da je za prelazak na treću fazu monetarne unije i konačno uvođenje eura, od ukupno 556 prisutnih poslanika, bilo 467 poslanika, 65 protiv i 24 uzdržana. (11 / str. 44)

U monetarnu uniju ušlo je 11 od 15 zemalja članica EU. Četiri zemlje članice EU (Velika Britanija, Danska, Švedska i Grčka) ili nisu ispunile potrebne kriterijume za ulazak u monetarnu uniju ili to nisu hteli, jer su procenile da im to u ovom trenutku ne odgovara, a što im je po prethodnom dogovoru dozvoljeno i mogu da se priključe monetarnoj uniji kasnije kada promene svoj stav o pristupanju i kad ispune konvergentne kriterijume. To istovremeno znači da pomenute četiri zemlje nisu još prihvatile euro kao jedinstvenu valutu, čime se odriču prava da budu zastupljene u Evropskoj centralnoj banci i uticaja na jedinstvenu monetarnu politiku i, u izvesnom smislu, tok integracije u EU.

To ne znači da EU nije zainteresovana za ove zemlje, njihovo skorije priključenje monetarnoj uniji i njihovo prihvatanje eura kao jedinstvene valute. Evropski savet EU je, na svom sastanku u Amsterdamu 17. juna 1997. godine, postigao sporazum o pravnom okviru za prelazak na upotrebu eura pod nazivom Pakt o stabilnosti i rastu, koji ustvari predstavlja skup pravila i postupaka usaglašanih od šefova država i vlada koji predstavljaju osnovu i garanciju za kontinuitet do tada postignutog stepena konvergencije privreda zemalja članica.

Isto tako, tada je postignut i dogovor oko detalja novog mehanizma deviznog kursa koji će da važi od 1. januara 1999. godine. Ovim dogovorom EU ima nameru da osigura da svoje zemlje članice, koje su ostale izvan monetarne unije odnosno euro – zone, orijentišu njihove politike ka stabilnosti i bržoj konvergenciji sa privre-

dama zemalja članica koje su krenule sa monetarnom unijom i tako im pomogne da se brže priključe euro – zoni.

Novi mehanizam deviznih kurseva treba da zaštiti i zemlje članice monetarne unije i one koje su ostale van monetarne unije od nepoželjnih pritisaka na deviznom tržištu. On ima za cilj da obezbedi stabilne devizne kurseve između valuta koje se za sada nalaze izvan evropske monetarne unije i eura. Pri tome je učešće valuta u novom mehanizmu deviznog kursa dobrovoljno.

Treba naglasiti da dogovor o novom mehanizmu deviznog kursa u EU naglašava potrebu za njegovim upravljanjem tako da se ni na koji način ne naruši stabilnost cena, kao osnovni, primarni cilj Evropske centralne banke. Za svaku valutu onih zemalja EU, koje se za sada nalaze izvan monetarne unije, biće definisan centralni kurs pojedinačno prema euru, s tim će se važiti široke granice fluktuacije od 15 % na gore i na više od centralnog kursa, uz automatske i neograničene intervencije, kada se dostignu pomenute granice.

Stupanjem na snagu treće faze monetarne unije i prihvatanjem eura od strane 11 zemalja članica EU, otpočela je i primena prethodno dogovorenih aranžmana na kojima se temelji ova faza monetarne integracije u EU. To su:

- Neopozivo je fiksirana konverzija deviznih kurseva kako među valutama zemalja članica monetarne unije, tako i svake valute pojedinačno uzete prema euru.
- Jedinstvena monetarna politika, njeno kreiranje i sprovođenje, je u nadležnosti Evropskog sistema centralnih banaka (ESCB), koju čine nacionalne centralne banke zemalja članica i Evropska centralna banka. ESCB ima obavezu da sve monetarne i devizne operacije obavlja u eurima.
- Zemlje članice su u obavezi da nove emisije državnih obveznica denominiraju u eurima.
- Finansijska tržišta će prihvatiti i preći na upotrebu eura, tako da će euro postati deo međunarodnog monetarnog sistema.

U prelaznom periodu od 1999. do 2002. godine, euro će se koristiti kao sredstvo obračunavanja u bankarskom računovodstvu i kao sredstvo plaćanja u vidu bankarskih transfera, čekova, kreditnih kartica i drugih plaćanja elektronskim putem. Pri tome privreni subjekti odnosno kompanije nisu u obavezi da u prelaznom periodu do 2002. godine koriste euro u međusobnim plaćanjima. Međutim, prirodno je da će kompanije, ne samo radi prestiža, već pre svega prednosti korišćenja jedinstvene valute po osnovi smanjenja transakcionih troškova, i bez prinude, svojevremeno vrlo brzo prelaziti na sve veće korišćenje eura, umesto nacionalnih valuta zemalja članica monetarne unije. U tom pogledu, poseban interes imaju velike kompanije, poput

Simensa, koje će samo, kako se procenjuje, po osnovi prelaska na korišćenje jedinstvene valute imati uštede od po nekoliko stotina miliona dolara godišnje.

Istovremeno, u prelaznom periodu do 2002. godine, euro neće biti u opticaju u vidu banknota i kovanog novca, što znači da do tada u tom obliku u opticaju ostaju nacionalne valute. U prvih šest meseci 2002. godine uporedo će cirkulirati u opticaju nacionalne valute zemalja članica monetarne unije i euro u vidu banknota i kovanog novca. Već 1. jula 2002. godine nacionalne valute zemalja članica prestaju da budu zakonsko redstvo plaćanja i biće u potpunosti zamenjene eurom, s tim da i posle toga roka eventualno preostale, a nekonvertovane nacionalne valute mogu da se bez troškova zamene u nacionalnim centralnim bankama.

Papirne novčanice biće izdate u apoenima o 5, 10, 20, 50, 100, 200 i 500 eura, dok će kovani novac biti izdat u apoenima od 1 i 2 eura i 1, 2, 5, 10, 20 i 50 euro centi. Prednja strana banknota i kovanih moneta imaće zajedničko evropsko obeležje, dok će poledina imati nacionalne motive zemalja članica monetarne unije.

Nakon uvođenja eura, postavlja se pitanje ko će biti odgovoran za vođenje ekonomske i monetarne politike u EU. Kada je reč o ekonomskoj politici, ovde nema nikakvih promena u odnosu na vreme pre uvođenja eura, jer je u tom pogledu i dalje nadležan Savet ministara EU koji će, preko stalnog praćenja ekonomskih kretanja u zemljama članicama, konstruisati i usvajati opšte smernice ekonomske politike za EU kao celinu, kao što su na primer zajednički ciljevi u pogledu inflacije, javnih finansija, stabilnosti deviznih kurseva i sl.

Monetarne politika, uključujući utvrđivanje visine kamatne stope, EU prelazi u nadležnost Evropske centralne banke, čiji je glavni cilj stvaranje uslova za stabilnost cena, odnosno privredni rast bez nerazumne inflacije. Time se uspostavlja osnova za stabilan euro, kao protivteža američkom dolaru u međunarodnom monetarnom sistemu.

Evropska centralna banka će po načinu funkcionisanja i stepenu samostalnosti biti veoma slična Bundesbanci, s obzirom da ima ovlašćenja da kreira i realizuje monetarnu politiku bez uticaja političkog faktora, nezavisna od vlada zemalja članica i institucija EU. (12 / str. 19.)

U obavljanju svojih funkcija, ECB se oslanja na nekoliko svojih organa od kojih treba istaći Upravni savet i Izvršni odbor.

Upravni savet čine članovi Izvršnog odbora i guverneri nacionalnih centralnih banaka, dok u Izvršni odbor ulaze predsednik, podpredsednik i četiri člana imenovana na period od osam godina, bez prava ponovnog izbora. Upravni savet formuliše monetarnu politiku i donosi, pored ostalih, odluke koje se odnose na srednjoročne monetarne ciljeve, visinu kamatnih stopa i veličini rezervi u Evropskom sistemu centralnih banaka i davanje neophodnih smernica za njihovu realizaciju.

Izvršni savet, koji je odgovoran za tekuće poslovanje ECB, provodi monetarnu politiku u skladu sa smernicama i odlukama donošenim od Upravnog saveta, u čemu, saglasno instrukcijama Izvršnog saveta, učestvuju i nacionalne centralne banke. Iz ovog proizlazi da formiranje monetarne unije i prihvatanje jedinstvene valute u EU nije dovelo do marginalizacije nacionalnih centralnih banaka i njihovog potpunog potiskivanja kao subjekata montarne politike. Naprotiv, one zajedno sa ECB čine ESCB, koji predstavlja glavno telo monetarne unije, sa sledećim zadacima:

- Definisanje i realizacija jedinstvene monetarne politike,
- Obavljanje deviznih poslova u skladu sa instrukcijama Saveta ministara i
- Držanje i upravljanje službenim deviznim rezervama zemalja članica koje pripadaju euro zoni.

Pored toga, nacionalne centralne banke, iako rade po instrukcijama i preporukama ECB, zadržavaju svoja ovlašćenja i nastavljaju svoje aktivnosti u zemljama kojima pripadaju, u oblasti kreditiranja, štednje, regulisanja platnog sistema, nesmetanog prometa vrednosnih papira, intervencije na deviznom tržištu u cilju održavanja deviznog kursa eura prema dolaru, jenu ili nekoj drugoj valuti izvan evropske monetarne unije.

Iako ovlašćenja za opštu politiku deviznog kursa euro – zone pripadaju Savetu ministara EU, ipak intervencije na deviznom tržištu i svakodnevno upravljanje poslovima u ovom domenu obavlja ECB, što je garancija da će celokupna aktivnost na ovom polju biti u funkciji njenog glavnog cilja – stabilnosti cena.

Fiskalna politika odnosno prikupljanje poreza i državni izdaci ostaju u kompetenciji i odgovornosti vlada zemalja članica, s tim da se poštuju okviri zajednički dogovorenih pravila Pakta o stabilnosti i rastu. Zemlje članice će same i dalje voditi fiskalnu politiku saglasno nacionalnim potrebama i interesima, pri čemu su ograničene principom subsidijarnosti, što znači da se ne može dogoditi da se pređu okviri zajedničkih interesa koji podrazumevaju uspešno funkcionisanje evropske ekonomske i monetarne unije.

U tom pogledu, konvergencioni kriterijumi, koji se odnose na visinu budžetskog deficita i javnog duga, predstavljaju prema kreatorima monetarne unije pouzdanu osnovu za budžetsku štednju i dovoljno jaku prepreku neumerenim državnim rashodima. Odstupanje od ovako dogovorenih pravila povlači odgovarajuću proceduru koja najpre zemlji članici pruža šansu da u vremenu od nekoliko meseci svede budžetski deficit na nivo ispod 3 % GDP. Ukoliko to ne uspe, takvoj zemlji se uskraćuju zajmovi, uz njenu obavezu da položi depozit bez prava na kamatu. Ako i posle dve godine izostanu pozitivni rezultati na planu budžetske štednje i discipline, onda se, uz većinsku saglasnost zemalja članica euro zone, preduzimaju dogovorene sankcije.

Prednosti jedinstvene valute

Prednosti prelaska na monetarnu uniju i jedinstvenu valutu, i njeno prihvatanje umesto nacionalnih valuta, su brojne. Da bi se one shvatile, potrebno je poći od fundamentalnih funkcija novca. Za razliku od ECU, euro kao jedinstvena valuta nije samo obračunsko sredstvo, već dobija i sve druge osobine novca koje poznaje ekonomska praksa i teorija. Istina, u prelaznom periodu euro se neće pojavljivati u opticaju, niti će za privredne subjekte važiti prinuda za njegovim korišćenjem u međusobnim plaćanjima, pa će stoga delimično izostati njegova prometna funkcija, u meri koliko se još budu koristile, kao sredstvo plaćanja, nacionalne valute.

Ima mišljenja da se zamena nacionalnih valuta sa eurom, odnosno prelazak sa multivalutnog na jednovalutni sistem, po prednostima koje ovaj čin donosi, može gotovo uporediti sa koristima koje donosi prelazak sa bartera na monetarnu privredu. (13 / str. 243.) Koliko god su ovakve ocene euforične i čini se preterane, ne može se ipak poreći radikalna sistemskomonetarna promena koju donosi monetarna unija i jedinstvena valuta za zemlje EU koje su postale članice euro zone.

Imaoci jedinstvene valute, prelazeći granice zemalja članica EU, više ne moraju da konvertuju novac. Time više nisu u obavezi da plaćaju proviziju bankama za konvertovanje jedne u drugu valutu, da dakle snose troškove za u stvari jednu od društveno neproaktivnih delatnosti, i da pri tome eliminišu mogućnost da eventualno još dodatno gube na kursnim razlikama, kao što je to do sada mogao da bude slučaj.

Međusobna plaćanja i transferi između privrednih subjekata zemalja članica, u uslovima primene jedinstvene valute, obavljaju se brže, pouzdanije i jeftinije.

Za prodavce i kupce, prihvatanje jedinstvene valute eliminiše neizvesnost oko cena roba i usluga, s obzirom da dolazi do ujednačavanja cena na nivou monetarne unije. Prelazak izražavanja cena roba i usluga preko eura kao jedinstvene valute, umesto njihovog identifikovanja na pojedinim nacionalnim tržištima u nacionalnim valutama, uspostavlja visoku transparentnost cena koja će jasno otkriti postojeće razlike u cenama na tržištima između zemalja članica monetarne unije, što će nema sumnje dovesti vrlo brzo do pomeranja cena u pravcu znatno višeg stepena njihove uravnoteženosti.

Realno je očekivati da će u prvi mah cene nekih roba i usluga da padaju, a nekih da rastu, ali na duži rok ipak treba, na većem tržištu koje uvodi jedinstvenu valutu, očekivati tendenciju pada cena. Veća preglednost cena pruža mogućnost prodavcima i kupcima da brže i lakše pronađu, na celokupnom prostoru EU, mesto gde se najskuplje prodaje odnosno gde se najjeftinije kupuje.

Prelazak na jedinstvenu valutu u integracionoj grupaciji učiniće dodatni podsticaj dinamičkim efektima međunarodne integracije. To će se najpre ispoljiti kroz povećanu konkurenciju i koristima za potrošače zemalja članica ne samo preko opadanja cena

roba i usluga, već i preko povećanja njihovog kvaliteta, napretka u dizajnu, stimulansu inovacijama i invencijama, boljem servisiranju i drugih pozitivnih efekata koji proističu iz necenovnih faktora.

Koristi za proizvođače nastaju na osnovi smanjenja troškova kao rezultat porasta robne razmene i ekonomije obima, potstaknute jedinstvenom valutom i stvaranjem mogućnosti za optimalan izbor investicija. To će dodatno stimulisati intraindustrijsku specijalizaciju, zajednička ulaganja i druge oblike stratezijskih alijansi između firmi u EU.

Prihvatanje jedinstvene valute podrazumeva zaštitu od iznenadnih promena deviznih kurseva, a time i od smanjenja ili čak gubljenja dela ili u potpunosti očekivanog profita ponekad samo u jednom trenutku, što se u određenim uslovima dešava kada se plaćanja i transferi obavljaju posredstvom više valuta. Svakako treba očekivati da će euro doneti određene uštede privrednim subjektima i fizičkim licima u obavljanju poslovnih transakcija unutar EU, jer se sada oslobađaju troškova konverzije valuta i dosadašnjih relativno visokih troškova osiguranja od rizika njihovog kolebanja.

Jedinstvena valuta olakšava praćenje i poređenje međunarodnih cena i troškova bez troškova pribavljanja informacija o kretanjima aktuelnih i budućih deviznih kurseva, kao i informacija o različitim pravilima i propisima koji se odnose na deviznu kontrolu. Pri tome otpadaju i rizici od blagovrenenog nepoznavanja eventualnih promena propisa i mera devizne kontrole, tako da više nisu moguće štete po toj osnovi iz poslovanja sa partnerima iz zemalja članica monetarne unije. Sve to vodi boljoj alokaciji međunarodnog kapitala.

Prednosti jednovalutnog u odnosu na viševalutni sistem u regionalnoj grupaciji je i u tome što u uslovima postojanja jedinstvene valute, nakon uklanjanja nominalnih razlika u deviznim kursovima, dispariteti u relativnim cenama i troškovima među različitim nacionalnim tržištima, koji i dalje ostaju, više nisu pod uticajem očekivanja promena stabilnosti pojedinih valuta, kao što je to slučaj u multivalutnom sistemu.

Treba dalje ukazati na još jednu razliku između prakse jedinstvene valute i viševalutnog sistema u regionalnoj grupaciji. Ona se odnosi na način monetarnog upravljanja i takođe ide u prilog prelaska na jedinstvenu valutu. Naime, u viševalutnom sistemu, koordinacija monetarne politike koja se vodi u cilju usklađivanja deviznih kurseva obično je praćena teškoćama usklađivanja različitih nacionalnih interesa zemalja članica regionalne grupacije.

Nakon prelaska na jedinstvenu valutu, monetarna politika postaje jedinstvena, a time i efikasnija, jer je lakše postići saglasnost oko njenih ciljeva, nego u uslovima postojanja različitih nacionalnih valuta i monetarnih politika. Pri tome ne treba zaboraviti da poboljšanje stepena efikasnosti monetarne politike znači istovremeno i poboljšanje njene ispravnosti. Od sposobnosti zajedničkih monetarnih vlasti zavisi

da li će koncepcija jedinstvene monetarne politike rezultirati u pozitivnim ili negativnim efektima na privredu zemalja članica regionalne grupacije.

Prema procenama analitičara, objavljenih od Evropske komisije, uštede koje će privredni subjekti i fizička lica u EU ostvariti od uvođenja i prelaska na jedinstvenu valutu, samo preko smanjenja broja monetarnih transakcija i potreba za ranije velikim troškovima osiguranja od valutnog rizika, biće jednake 0,5 % bruto društvenog proizvoda EU, a to je oko 40 milijardi dolara godišnje. Neki autori procenjuju da će ove uštede da se kreću i do 2 % GDP EU. (14 / str. 86.)

Uvođenje eura, kao jedinstvene valute, eliminiše unutar EU mogućnost korišćenja deviznog dampinga kao sredstvo konkurentske borbe. U novim uslovima, koji podrazumeva monetarna unija sa jedinstvenom valutom, više nijedna zemlja članica ne može promenom vrednosti nacionalne valute obezbediti svojim proizvođačima konkurentske prednosti na tržištima drugih zemalja članica EU.

Zemlje članice sa tradicionalno slabijom valutom, sa prihvatanjem jedinstvene valute, oslobađaju se briga oko održavanja vrednosti svojih nacionalnih valuta. Naime, ove zemlje, čije su privrede slabijih ekonomskih performansi u odnosu na vodeće privrede unutar EU, povremeno su bile primoravane da, obezvređivanjem nacionalnih valuta, pomažu domaćim izvoznicima u održavanju ili popravljaju konkurentske pozicije na inostranim tržištima i tako uspostavljaju narušenu spoljnoekonomsku ravnotežu.

Izražavanje cena roba i usluga u samo jednoj, istoj valuti bez sumnje će povećati konkurenciju na jedinstvenom tržištu, sa pozitivnim posledicama na rast i zaposlenost.

Prihvatanje eura, kao jedinstvene valute, pružiće jak podsticaj finansijskom tržištu i omogućiti manjim preduzećima da dođu do jeftinijih izvora finansiranja, što je znatno povoljnija varijanta od gotovo isključivog oslanjanja na domaće poslovne banke.

Uvođenje jedinstvene valute nesumnjivo će, pogotovo u prelaznom periodu, biti praćen izvesnim problemima. Najpre se to odnosi na one zemlje članice koje su manipulisanjem deviznog kursa i kamatne stope rešavale odnosno ublažavale tekuće ekonomske probleme i odlagale strukturne reforme. Gubitak mogućnosti korišćenja ovako važnih instrumenta ekonomske politike na nacionalnom nivou, nosiocima domaće ekonomske politike znatno će umanjiti manevarski prostor i prinuditi ih na dugoročna ekonomska prilagođavanja, koja ne trpe odlaganje strukturnih reformi.

Prelazak na jedinstvenu valutu podrazumeva bitnu promenu u uslovima privređivanja. Stoga će se be sumnje jedan broj zemalja odmah suočiti sa potrebom prilagođavanja koje donosi monetarna unija i jedinstvena valuta, kako bi se izbegle ili umnjjile početne negativne posledice "asimetričnih šokova".

Pored prilagođavanja cena roba i usluga, koje će neumitno uslediti u uslovima jedinstvene valute, lakše savladavanje "asimetričnih šokova" zavisiće od brzine kre-

tanja faktora proizvodnje, radne snage i kapitala na celom prostoru monetarne unije. Treba očekivati da će monetarna unija vidljivo doprineti ublažavanju tradicionalne evropske nepokretljivosti radne snage i rigidnosti nivoa plata. Neke prepreke kretanju radne snage, međutim, još uvek postoje među zemljama EU, uprkos proklamovanom jedinstvu tržišta unutar ove grupacije, tako da to ostaje kao značajan faktor otežavanja prilagođavanja u oblasti zapošljavanja. (15 / str. 333.)

Slični efekti su verovatni i domenu kretanja kapitala u smislu većih investicija u one delove euro zone gde su još uvek niže nadnice i drugi uslovi koji obećavaju veće profite. Pri tome se pre svega predviđa intenziviranje kretanja privatnog kapitala i njegovog plasmana u druge zemlje članice monetarne unije. No, i ovde ovakva predviđanja treba uzeti sa izvesnom rezervom, ako se zna da u EU ne postoji tradicija većeg privatnog investiranja van domicilne zemlje. Brži razvoj tržišta kapitala u okviru euro zone, bez sumnje stvara osnovu za veći podsticaj inostranom investiranju, što će svakako doprineti ublažavanju razlika u poslovni ciklusima, lakšem i bržem struturnom prilagođavanju.

Za lakše savladavanje "asimetričnih šokova" mogu poslužiti fiskalni transferi u okviru zajedničke regionalne politike, koje se praktikuju u regionalnim integracionim grupacijama, kao bi se podstakla proizvodnja i zaposlenost u manje razvijenim regionima. Međutim, Evropska monetarna unija još ne uključuje jedinstvenu fiskalnu politiku, a pod sadašnjim uslovima budžet EU je nedovoljan da bi mogao efikasnije poslužiti u ujednačavanju strukturnih razlika među zemljama članicama euro zone. Njegovo skorije povećanje se ne treba očekivati, jer ne postoji politička volja onih članica koje su do sada najviše izdvajale u zajednički budžet. Umesto toga, zemljama članicama je ostvljena mogućnost da same kreiraju i vode fiskalnu politiku i putem regulisanja poreza i državnih rashoda utiču na privredna kretanja.

U EU vlada uverenje, zasnovano na iskustvu dosadašnjeg procesa integracije, da smanjenju državnih rashoda treba dati vrhunski prioritet među ciljevima nacionalne ekonomske politike i da je to prava opcija za zdrav ekonomski rast, stvaranje novih radnih mesta i borbu protiv nezaposlenosti. Otuda i otpor prema većem zajedničkom budžetu na nivou EU, a time i većim transferima među regionima.

Euro je logičan i prirodan odgovor Evropske unije na proces globalizacije svetske privrede koja u sve većoj meri potiskuje nacionalne ekonomske politike. To je istovremeno, posle niza nepovoljnih iskustava sa dolarom, kao glavnom rezervnom valutom, od početka sedamdesetih godina naovamo, najznačajniji korak u odbrani od nestabilnih kretanja na deviznim tržištima, što nije bilo moguće ostvariti sa daljim opstajanjem nacionalnih valuta.

Euro odnosno jedinstvena valuta i monetarna unija predstavljaju prirodnu i nezaobilaznu fazu u procesu integracije koji se već nekoliko decenija odvija u okviru EU. Time je skinuta još jedna od malo preostalih prepreka privrednom razvoju zemalja

članica, većoj zaposlenosti i ekonomskoj stabilnosti. Multivalutni sistem je, sa potencijalnim ili realnim deviznim rizikom, sasvim prirodno počeo da sputava integraciju i ugrožava jedinstveno tržište roba, usluga, novca i kapitala. Stoga u ovoj fazi integracije u EU euro i monetarna unija jednostavno nemaju alternativu.

Nesumnjiva korist koju stvaranje monetarne unije donosi jedinstvenom tržištu u EU, jeste uvođenje jedinstvene valute. Postojanje jedinstvenog medijuma plaćanja na jedinstvenom tržištu u EU, svakako će pomoći da se realizuju mnogi od dosad neiskorišćenih ekonomskih potencijala zemalja članica monetarne unije i pomere granice njihovog daljeg razvoja.

Literatura

- 1) Swann Dennis, The Economics of the Common Market, Integration in the European Union, Eighth Edition, Penguin Books, 1995, str. 199.
- 2) Kovačević dr Stevo, Evropski monetarni sistem, Jugoslovensko bankarstvo, 5/1988, str. 45.
- 3) European Agricultural Guidance and Guarantee Fund, The European Community – expenditure on the Common Agricultural Policy, Editon ECC, 1985, str. 2.
- 4) Lomax David, Would EMS membership help sterling ?, The Banker, februar 1985, str. 31.
- 5) Triffin Robert, The IMS (International Monetary System... ili Scandal ?) end EMS (European Monetary System), Banco Nazionale del Lavro, Quarterly Review, No. 162, september 1987, str. 245.
- 6) Kovačević dr Stevo, Uloga i značaj evropske valutne jedinice u Evropskom monetarnom sistemu, Tržište – novac – kapital, 3/1989, str. 32.
- 7) The European Monetary System, European File, 15 / 1986, str. 10.
- 8) Hugon H. James, Set the ECU Free !, The Banker, 9 / 1987, str. 116.
- 9) Kovačević dr Stevo, Stvaranje Evropske monetarne unije i položaj trećih zemalja, Zbornik referata sa savetovanja na temu: Pravni i ekonomski okviri uključivanja jugoslovenskih privrednih subjekata u unutrašnje tržište EU, Vrnjačka banja, 24. i 25. novembar 1994. str. 90.
- 10) Europa – Questions and Answers, When will the euro be in our pockets?, European Communities, 1997, str. 4.

- 11) Euro, Jedanaestorica veličanstvenih, Ekonomska politika, 11. 05. 1998, str. 44.
- 12) Kenen B. Peter, Economic and Monetary Union in Europe, Cambridge University Press, 1996, str. 19.
- 13) Fourcans Andre, One currency for Europe (From theory to practice), Dilip K. Das, International Finance, Contemporary Issues, Routledge, London, New York, 1993, str. 243.
- 14) Dent M. Christopher, The European Economy, The Global Context, Routledge, London, New York, 1997, str. 86.
- 15) Policy Coordination, Labor Market Flexibility Crucial To EMU – s Success, IMF Survey, october 20, 1997, str. 333.

Dr Vlastimir Leković*

GLOBALIZACIJA SVETSKE PRIVREDE – KLJUČNI FAKTORI I NOSIOCI

Apstrakt: Ekonomska realnost i procesi koji su zadnjih godina prisutni u svetskoj privredi potvrđuju da su ekonomski odnosi i razvojni procesi u sve većoj meri podložni internacionalizaciji. Sve više se povezuju, uzajamno uslovljavaju i dovode u sve veću međuzavisnost velike industrije, trgovačke i finansijske organizacije, nacionalne privrede pa i šire regionalne zajednice. Zahvaljujući tim promenama, na sceni su intenzivni procesi globalizacije svetske privrede čiji je produkt globalni sistem privređivanja i stvaranje jednog izuzetno dinamičnog i fleksibilnog svetskog ekonomskog poretka.

U radu se analiziraju ključni faktori globalizacije, kao i osnovni nosioci ovog izuzetno protivurečnog procesa. Ukazuje se na brojna otvorena pitanja od kojih je odnos globalnog i nacionalnog svakako jedno od najznačajnijih. U tom smislu razmatra se mesto i uloga nacionalnih država u procesu globalizacije, s obzirom da se, pored njih, kao osnovni privredni akteri pojavljuju transnacionalne korporacije i njihove filijale.

Abstract: Economic reality and changes which have been present in recent years in the world economy confirm that economic relations and developmental processes are to a great extent, subject to internationalization. They are more and more connected, mutually conditioned and big industries, trade and financial organizations, national economies and large regional communities are brought into a bigger interdependence by them. Thanks to these changes, the intensive processes of globalization of the world economy are on the scene, whose products are the global system of economic activities and the establishment of one exceptionally dynamic and flexible world economic order.

The key factors of globalization are analyzed in the work, as well as basic bearers of this exceptionally contradictory process. We have to mention the numerous open questions from which the relationship between global and national in certainly one of the most significant. In that sense, the place and the role of national

* Docent Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

countries in the process of globalization are being considered, paying attention to the fact that besides them, transnational companies and their branches appear as basic economic factors.

Dinamičan razvoj koji svetska privreda beleži u poslednjih 40 godina uzrokovao je velike promene u: strukturi svetske privrede; značenju trgovine i investicija; odnosima između svetske i domaćih privreda; razlikama između uspešne i neuspešne trgovinske politike. Istovremeno, poslednje decenije odlazećeg XX veka obeležene su tendencijama povećanja otvorenosti nacionalnih privreda. Na takav zaključak upućuje podatak da je za poslednjih dvadeset godina učešće svetskog izvoza u svetskoj proizvodnji (takozvana izvozna kvota) povećano sa 10 na 20%, a kada se uzme u obzir i brzo rastući izvoz usluga učešće izvoza je poraslo sa 15 na 22%. Istovremeno, ovaj period će ostati zabeležen po, verovatno, najradikalnijim promenama koje su se ikada u istoriji čovečanstva odigrale u tako kratkom vremenskom periodu. Pečat svim ovim dinamičnim promenama prvenstveno su dali sledeći globalni procesi:

- raspad istočno-evropskog socijalističkog bloka i napuštanje socijalističkog načina privređivanja;
- formiranje i dominacija tri velike ekonomske celine: Severno-američke unije; Evropske unije i Istočno-azijske unije;
- globalizacija svetske privrede kao posledica permanentne naučno-tehnološke revolucije i procesa internacionalizacije kapitala i koncentracije ekonomske moći.

Ekonomska realnost i procesi koji su zadnjih godina prisutni u svetskoj privredi potvrđuju da su ekonomski odnosi i razvojni procesi u sve većoj meri podložni internacionalizaciji. Sve više se povezuju, uzajamno uslovljavaju i dovode u sve veću međuzavisnost velike industrije, trgovačke i finansijske organizacije, nacionalne privrede pa i šire regionalne zajednice. Istovremeno, osnovni parametri savremenih promena u svetu nisu politička zavisnost, kao što je bilo u prošlosti (zavisnost slabih od jakih, periferije od centra, kolonija od metropole). Tri osnovna parametra su: ekonomska međuzavisnost; informaciona globalizacija, što je povezano sa kulturnim procesima; uzajamna zavisnost sa stanovišta bezbednosti.

Zahvaljujući tim procesima, transformacija privrede sveta u svetsku privredu dobija snažan zamah i donosi kvalitativnu promenu u ekonomskim odnosima i tokovima svetskog privređivanja. Na sceni su intenzivni procesi globalizacije svetske privrede čiji je produkt globalni sistem privređivanja i stvaranje jednog izuzetno dinamičnog i fleksibilnog svetskog ekonomskog poretka. To se jasno ispoljava u strategiji poslovanja i prilagođavanja njegovih vodećih privrednih subjekata – transnacionalnih korporacija i nacionalnih privreda.

Proces globalizacije, iako predstavlja jedno od najmarkantnijih obeležja moderne svetske privrede, prisutan je u skoro svim sferama društvenog života – ekonomskoj, socijalnoj, kulturnoj i političkoj. Ipak, može se reći da je, prvenstveno, reč o ekspanziji zapadnog stila života, maskulture, načina mišljenja i sl. Jednom rečju, proces globalizacije ima jedan opšti karakter. Zbog toga je on predmet izučavanja skoro svih društvenih naučnih disciplina. Svaka od njih ima svoj pojmovni jezik, svoj izbor kategorija. Istoričari karakterišu globalizaciju kao jednu od mnogih etapa u razvoju svetske privrede i društva u celini. U nauci o međunarodnim odnosima akcenat se stavlja na završetak perioda hladnog rata kada je svet karakterisala bipolarna struktura Istok – Zapad i Sever – Jug, i prelazak na učvršćivanje transnacionalizacije i uspostavljanje međunarodnog poretka uz pomoć OUN i drugih međunarodnih organizacija.

Ekonomska nauka je usredsredila svoju pažnju na sledećih pet pravaca:

- finansijska globalizacija;
- stvaranje globalnih TNK;
- regionalizacija ekonomije;
- intenziviranje svetske trgovine i njena liberalizacija;
- tendencija konvergencije.

Prema mišljenju profesora Badija, sa Pariskog instituta političkih istraživanja, pošto ne postoji njegovo jedinstveno određenje, moguća su tri pristupa u definisanju pojma globalizacija.

- Prema prvom pristupu, globalizacija se može definisati kao istorijski proces razvoja koji se proteže na više vekova.
- Drugi pristup pod globalizacijom podrazumeva homogenizaciju sveta, život po jedinstvenim principima, privrženost jedinstvenim vrednostima, poštovanje jedinstvenih običaja i normi ponašanja, drugim rečima, ukupno stremljenje univerzalnosti.
- U trećem pristupu se ističe da globalizacija podrazumeva priznavanje rastuće međuzavisnosti kao glavnog sredstva za rušenje nacionalnog državnog suvereniteta pod uticajem novih aktera opšteplanetarne scene – globalnih firmi, religioznih grupacija, transnacionalnih upravljačkih struktura, koje međusobno ravnopravno saraduju ne samo među sobom, već i sa samim državama – tradicionalnim akterima međunarodnih odnosa.¹

Problem koncentracije ekonomske moći i njene implikacije na međunarodne ekonomske i političke odnose nije novijeg datuma. O njemu se raspravlja još od

¹ B.Badie, La fin des territoires, Paris, 1995. prema: V. Kuznecov, Čto takoe globalizacija?, ME i MO, 1998. No 2. str. 14.

vremena kada je Marks argumentovano ukazao na nužne posledice koje koncentracija i centralizacija kapitala ima na međunarodne odnose. On je među prvima dokazao internacionalni karakter kapitala i lakoću kojom on prelazi državne, političke i socijalne granice. U savremenom periodu, internacionalizacija kapitala se ispoljava prvenstveno u usponu i rastućoj moći transnacionalnih korporacija.

Dinamika internacionalizacije se manifestuje u različitim pojavnim oblicima, a njeno odvijanje posebno je prisutno u sledećim procesima:

- transnacionalizaciji proizvodnje i prometa;
- informatizaciji društva na svetskom nivou;
- novim oblicima regionalne saradnje;
- porastu broja i širenju delatnosti međunarodnih organizacija;
- dostupnosti naučnih informacija;
- izjednačavanju uslova delovanja i saradnje.

Navedeni procesi neposredno utiču da globalni sistem privređivanja postane vrlo dinamičan i fleksibilan svetski ekonomski poredak. Naime, savremeni svet se razvija u pravcu obrazovanja jedinstvenog ekonomskog prostora, gde se, umesto nacionalnih privreda, kao osnovni privredni akteri pojavljuju transnacionalne korporacije i njihove filijale. Između njih se odvija snažna i nemilosrdna konkurencija.

1. Nosioци procesa globalizacije svetske privrede

Kada je reč o nosiocima globalizacije svetske privrede može se reći da su to, potpuno ravnopravno, transnacionalne korporacije i industrijski razvijene zemlje, a pre svih SAD. Uloga SAD je ključna zbog činjenice da od ukupnog broja filijala transnacionalnih korporacija u drugim zemljama, 34% pripada korporacijama iz SAD.

Istovremeno, u studiji Centra strateških i međunarodnih istraživanja, koja je objavljena u vreme druge izborne kampanje B. Klintonu, otvoreno je proklamovana namera SAD da se preobrati u arhitektu novog sveta i u "faktor podrške pozitivnim snagama globalne integracije – ekonomske, tehnološke, političke." U tom smislu je usmereno i upozorenje B. Klintonu o potrebi da se u SAD sruši zid između unutrašnje i spoljne politike.

Ističući uverenost u blagotvornost misije koju su preuzele na sebe, SAD ističu da se bore za postavljene ciljeve bez primene jednostranog nasilja ili pritiska. Međutim, usled odsustva jednog opšteg međunarodnog pravnog sistema kao i jedinstvene svetske vlade, a da bi se izgradile univerzalne norme ponašanja ljudi i država, SAD na sebe preuzimaju ulogu arbitra kao vojno i politički najjača država. Na taj način se

SAD pojavljuju u ulozi pokretača i nosioca procesa koji se naziva globalizacija. Upravo zbog toga B. Klinton može sa punom ozbiljnošću tvrditi da "danas i u bliskoj budućnosti svet može da očekuje od SAD da postane liderom i pokretačem globalnog ekonomskog rasta".²

Kada su u pitanju transnacionalne korporacije potrebno je podsetiti se da tendencije formiranja i funkcionisanja korporacija odražavaju zakonitosti razvoja svetske privrede i da nose univerzalni karakter. U te zakonitosti se ubrajaju: koncentracija kapitala; integracija industrijskog i finansijskog kapitala; diversifikacija kompanija i vidova delatnosti. U tom smislu, ostvaruje se globalizacija delatnosti u pogledu: rasprostiranja roba i usluga, stvaranja filijala na najprivlačnijim inostranim tržištima, internacionalizacije kapitala, privlačenja najjeftinijih investicija nezavisno od zemlje njihovog porekla.

Transnacionalne korporacije deluju u skladu sa karakterom njihovog osnovnog principa, a zapravo: biti prisutan na osnovnim tržištima i oslanjati se na jedinstveno upravljanje trgovinom, industrijskim i finansijskim aktivnostima.

Kada su nastale u XIX veku, korporacije su postepeno ostvarivale četiri glavna strateška cilja globalističkog procesa:

- 1) obezbeđenje svoje proizvodnje jeftinim sirovinama iz inostranstva;
- 2) učvršćivanje prodaje na inostranim tržištima kroz stvaranje filijala u inostranstvu;
- 3) racionalizacija proizvodnje putem delokalizacije proizvodnje u zemlje gde su troškovi proizvodnje manji nego na teritoriji nacionalne zemlje;
- 4) orijentacija na tehnološko-finansijsku strategiju, koja se ispoljava kroz korišćenje svojih inostranih investicija za stvaranje takvih formi učvršćivanja na inostranim tržištima kao što su: organizacija ugovornih preduzeća; zaključivanje dugoročnih partnerskih sporazuma sa drugim firmama; napuštanje dela starih proizvoda i širenje novih vidova aktivnosti, pre svega u oblasti naučno-tehnoloških istraživanja i razvoja.

Preciziranje i detaljizacija ove četiri strategije, njihovo striktno poštovanje, istovremeno ili naizmenično u zavisnosti od konkretnih okolnosti, doveli su sredinom 80-ih godina do formiranja postojeće globalne strategije najpre u desetak najpreduzimljivijih TNK, a potom i u njihovom najširem okruženju. Pokazalo se da je strategija globalna ukoliko firma istovremeno vodi računa o sledećim zahtevima ponašanja na svetskom tržištu:

² Prema: V. Kuznecov, Čto takoe globalizacija?, MEiMO, 1998. No 3, str. 14-16.

- ima planetarno viđenje tržišta i konkurencije;
- dobro poznaje svoje suparnike (globalna tržišta, po pravilu, imaju oligopolističku strukturu, a broj njihovih učesnika relativno nije veliki);
- kontroliše svoje operacije u svetskim razmerama, ili u krajnjoj meri u okviru SAD, EU i Japana;
- operiše u industrijama i granama visoke tehnologije;
- razmešta svoju proizvodnju tamo gde je ona najrentabilnija u skladu sa zakonom o komparativnim troškovima;
- koordinira svoju delatnost pomoću fleksibilne informacione tehnologije i elastične proizvodnje;
- integriše svoje zavode i specijalizovane filijale u jedinstven međunarodni set upravljanja, integrisanja i usaglašavanja sa drugim transnacionalnim korporacijama.

Zahvaljujući takvoj poslovnoj strategiji, globalna preduzeća gube svoj nacionalni identitet i nastoje da se što čvršće povežu sa drugim kompanijama, izbegavajući na taj način političke prepreke i kontrole. Primer su megaintegracije u automobilske industriji (fuzija nemačkog Dajmlera i američkog Krajslera), u naftnoj industriji, u oblasti telekomunikacija i sl.

Pokazalo se da partnerstvo globalnih korporacija zahteva vođenje agresivne razvojne politike. Ona podrazumeva uspostavljanje ravnoteže između njihovog funkcionisanja kao globalnog organizma i prilagođavanja lokalnim potrebama i mnogobrojnim sofisticiranim ukusima. Naime, mnoge poznate korporacije posluju na načelu da budu lokalne u celom svetu.

Transnacionalne, a pre svega globalne korporacije odavno su shvatile da ignorisanje lokalnih razlika vodi u siguran gubitak ako ne i propast. To je zaključak opsežnog istraživanja koje je, početkom 90-ih godina, izvršeno od strane poznatog časopisa "Harvard Business Review". Rezultati ankete, sprovedene među 12 hiljada vodećih biznismena u 25 zemalja, potvrdili su zaključak do kojeg je došao jedan od vodećih harvardskih stručnjaka *Robert Reich* kada je rekao da velike transnacionalne korporacije napuštaju svoje korene te više ne rade na promociji nacionalnih ekonomija.³

Korporacije svoje filijale u drugim zemljama sve manje tretiraju kao dodatak poslovnim operacijama u matičnoj zemlji, a svet u poslovnom smislu posmatraju kao ekonomsku celinu, tj. kao globalno selo. U tom smislu se domaće i inostrane poslovne aktivnosti planiraju, organizuju i njima se upravlja u planetarnim razmerama,

³ Adolf Dragičević, Politička ekonomija informacijskog društva, Zagreb, 1994. Prema: Aktuelna pitanja savremene političke ekonomije, redaktor Bogdan Ilić, Savremena administracija, Beograd, 1995. str. 455.

po kriterijumu maksimiranja globalnog profita. Zbog toga se sve više govori o svet-skim, globalnim ili planetarnim korporacijama.

Prema podacima OUN, danas u svetu ima preko 40 hiljada matičnih TNK koje kontrolišu preko 25 hiljada filijala i ekspozitura u zemlji i inostranstvu. U njima je zaposleno 73 miliona radnika, to jest svaki deseti zaposleni u svetu, isključujući seosko stanovništvo. Tako recimo, u kompaniji Dženeral Motors je zaposleno 647 hiljada radnika, Ford Motors zapošljava 372 hiljade, Simens 379 hiljada. Preko 40% aktive 100 najkrupnijih kompanija sveta se nalazi van zemlje gde se nalaze matične kompanije. Istovremeno, na TNK otpada preko 1/4 svetskog društvenog proizvoda. Godišnji obrt tih kompanija iznosi preko 6 triliona dolara.

Učešće TNK u svetskom BP povećalo se za poslednjih 30 godina sa 17 na 30%, a broj transnacionalnih korporacija za poslednjih četvrt veka povećao se za više od pet puta. Danas 500 najkrupnijih TNK realizuje preko 80% ukupne proizvodnje elektronike i hemije, 95% farmaceutske proizvodnje, 76% mašinske industrije, a 85 od njih kontrolišu 70% ukupnih inostranih investicija.⁴

Po prognozama zapadnih ekonomista, početkom trećeg milenijuma, u uslovima globalne ekonomije, uspostaviće se dominacija 300-600 transnacionalnih korporacija. Pri tom, 300 korporacija će raspolagati sa 75% ukupnog svetskog proizvoda, ostvarujući značajnu diversifikaciju svoje proizvodnje i usluga. Granska struktura TNK je prilično diversifikovana: 60% međunarodnih kompanija je u sferi proizvodnje, 37% u sferi usluga i 3% u ekstraktivnoj industriji i seoskoj privredi.⁵

Transnacionalizacija privredivanja, kao značajna karakteristika savremene svetske privrede, mora se posmatrati u kontekstu opšte globalizacije koja, u krajnjem, predstavlja proces uzajamne povezanosti različitih kultura i civilizacija. Izlazak kapitala van granica nacionalne privrede odgovara osnovnim strateškim ciljevima tržišnih subjekata kao pokretački motiv da se putem direktnih inostranih investicija može ostvariti tehnološko liderstvo kao garancija konkurentne prednosti.

Zahvaljujući krupnim promenama koje se sprovode u poslednje dve decenije, svetska privreda je postala globalna ekonomska mreža, a integralni deo te mreže postale su slavne transnacionalne korporacije.

O stvarnoj moći transnacionalnih korporacija rečito govori podatak da su njihove ukupne valutne rezerve danas nekoliko puta veće od rezervi svih centralnih banaka uzetih zajedno. Analizom stanja savremene svetske privrede, P. Veltz izvodi zaključak da se, kao rezultat globalne strategije, u krajnjem slučaju, počinju formirati integrisani trgovinsko-finansijski sistemi, u poređenju sa kojim nacionalne države se pojavljuju

⁴ B. Milner, Krupnye korporacii – osnova podema i uskorenog razvitija ekonomiki, Voprosi ekonomiki, 1998. No 9, str. 67.

⁵ Isto, str. 69.

kao drugostepene veličine. Po ocenama londonskog časopisa *The Economist* pet najkrupnijih transnacionalnih korporacija kontrolišu više od polovine svetske proizvodnje robe široke potrošnje, a takođe aviona, elektro opreme, automobila i druge proizvodnje. Posebno je značajan stepen koncentracije u granama koje su povezane sa informatičkom tehnologijom. Na primer, dve-tri kompanije praktično kontrolišu ukupnu međunarodnu mrežu telekomunikacija. Prema tome, ako se uporedi ekonomski potencijal krupnih transnacionalnih korporacija sa društvenim proizvodom srednjih država videće se da one diktiraju svoju volju mnogim državama.⁶

Istovremeno obim prodaja inostranih filijala transnacionalnih korporacija znatno je prevazišao razmere svetskog izvoza. To pokazuje odvijanje procesa globalizacije koja se ispoljava u narastanju uzajamne korelacije nacionalnih tržišta roba, usluga i kapitala i zajedno sa tim u pojačanoj difuziji investicija, proizvodnje i potrošnje u svetskim razmerama. Sporazumi postignuti u okviru Urugvajске runde pregovora u okviru GATT-a i stvaranje, 1995. godine, Svetske trgovinske organizacije nametnuli su uslove za dalju liberalizaciju međunarodnog kretanja roba, usluga i kapitala.

To je, istovremeno, izazvalo uznemirenost u perifernim regionima svetske privrede koji još nisu spremni za uslove otvorenog tržišta i oštre konkurencije. Zato su se tu stvorili protesti protiv globalizacije međunarodnih ekonomskih odnosa. Osnovni argument – liberalizacija trgovine robama i uslugama, povećanje garancija izvoznicima kapitala, zaštita prava intelektualne svojine, povoljni su samo za manji broj bogatih zemalja i neminovno vode ka produbljivanju tehničko-tehnološkog, ekonomskog i socijalnog jaza između Severa i Juga, tj. Istoka i Zapada. To dovodi do marginalizacije većine zemalja kao i do još veće polarizacije svetske zajednice. Može se čak reći da je to određeni oblik rekonolizacije onih regiona koji su pre pola veka dobili slobodu.

Realna su očekivanja da će spoljnoekonomska liberalizacija omogućiti ekonomski rast i povećanje životnog standarda stanovništva. Međutim, spoljnoekonomska otvorenost organski je povezana sa liberalizacijom unutrašnje ekonomije, sa rastom uloge privatnog sektora i razvijanjem preduzetničkih inicijativa. U nerazvijenim i u zemljama u razvoju učešće državnog sektora je dosta veliko. Zbog toga, unutar-ekonomske reforme i uređivanje zakonodavne osnove slobodnog preduzetništva imaju veliki značaj za privlačenje inostranih investicija.

Kapital je po svojoj prirodi internacionalan što po sebi pogoduje ekspanziji transnacionalnih korporacija. Ali, vodeće korporacije, da bi ostvarile svoju dominaciju u međunarodnim razmerama, uvek su obilato koristile ekonomsku i političku moć nacionalne države. Uprkos toj činjenici, korporacije danas nastoje da se što više

⁶ A. Movsesjan, S. Ognivcev, Transnacionalnyj kapital i nacionalnye gosudarstva, ME i MO, 1999. No 6, str. 56.

osamostale od nacionalne države kako bi se oslobodile nacionalne lojalnosti i da bi delovale na globalnom planu. Međutim, to ne znači da su krupne korporacije uvek u potpunosti samostalne u odnosu na državu. Naprotiv. Brojni su primeri kada je država, na razne načine, priskakala u pomoć krupnim korporacijama: garancijama, porudžbinama, direktnim investicijama i sl. Dve velike korporacije u SAD – General Dynamics i Lockheed Corporation – najkrupniji su dobavljači Ministarstva odbrane. Država ih snabdeva obrtnim kapitalom redovnim plaćanjem ugovorenih obaveza. Gubitke tih korporacija, takođe, pokriva država. Spašavanje velikih korporacija nije samo pravilo, već je nužnost koja se ne može izbeći. Međutim, kada su u pitanju mala i srednja preduzeća, evidentno je da ona nemaju ni blizu sličan tretman. Prema tome, može se reći, velike korporacije ulažu mnogo napora da budu nezavisne od države, osim u situacijama kada im je potrebna njena pomoć. Na taj način se vrši socijalizacija gubitaka i privatizacija ekstra visokih profita.

Sušтина funkcionisanja globalnih korporacija ne može se razumeti na pravi način ukoliko se ne shvate njihove međusobne veze sa svetskim bankama. Naime, transnacionalizacija banaka je barem toliko stara koliko i transnacionalizacija industrijskih korporacija, ali je posebno intenzivirana poslednjih decenija. Tako je krajem 1997. godine došlo do spajanja prve i treće po veličini banke u Švajcarskoj, čime je formirana jedna od najvećih svetskih finansijskih korporacija. Ovo spajanje je omogućilo dvema jakim bankarskim grupacijama da kombinuju svoje resurse i da formiraju još moćniji finansijski koncern. Novoformirana finansijska grupacija se sastoji od četiri ključne oblasti sa sedištim u različitim zemljama: privatno bankarstvo sa centrom u Bazelu; investiciono bankarstvo – sedište u Londonu; institucionalna uprava imovinom sa sedištem u Čikagu i potrošačko i korporacijsko bankarstvo sa sedištem u Cirihi. U globalnom rejtingu, nova banka je zauzela drugo mesto iza japanske banke Tokio-Micubiši. U tabeli 1 dat je pregled petnaeset najvećih banaka sveta.

Sve veća moć banaka direktna je posledica grozničavog tempa svetske ekspanzije korporacija. Banke su zainteresovane, u istoj meri kao i uprave korporacija, da podržavaju delatnosti onih korporacija koje će podsticati razvoj, tako da će se vrednost deonica stalno povećavati, a njihovi dugovi otplatiti. Sporna tačka nije to jesu li interesi bankara i interesi uprava korporacija suprotni, već jesu li bankari u poziciji da iskoriste svoju koncentrisanu finansijsku moć protiv interesa javnosti.

EKONOMSKI HORIZONTI

Tabela 1 – Najveće bake sveta prema imovinskom cenzusu

R.b.	Naziv banke	Imovina u mlrd. \$
1.	Bank of Tokyo Mitsubishi (Japan)	647,78
2.	UBS-SBS (Švajcarska)	592,09
3.	Deutsche Bank (Nemačka)	569,91
4.	Credit Agricole (Francuska)	477,34
5.	Sumitomo Bank (Japan)	460,37
6.	Indust. and Com. Bank of China	437,39
7.	Dai-Ichi Kangyo Babnk (Japan)	433,86
8.	Fuji Bank (Japan)	432,75
9.	Sanwa Bank (Japan)	427,44
10.	Sakura Bank (Japan)	422,77
11.	HSBC Holdings (V.Britanija)	401,69
12.	Credit Suisse Group (Švajcarska)	389,3
13.	Dresdner Bank (Nemačka)	355,6
14.	BNP (Francuska)	355,37
15.	ABN Amro Bank (Holandija)	341,4

Izvor: The Banker, prema: Politika, 10. decembar 1997. g.

Na osnovu ukupnih kretanja u svetskoj privredi može se zaključiti da se globalna strategija kapitala temelji na razradi ciljeva i sredstava za kontinuirano jačanje u svetskim razmerama. Drugim rečima, naglasak se stavlja na potrebu da se stvore što povoljniji i što stabilniji uslovi za ekspanziju kapitala u svim vidovima i na svim meridijanima. Zbog toga, savremenu svetsku privredu karakteriše proces globalizacije čiji su nosioci transnacionalne korporacije i najrazvijenije zemlje, a pre svih SAD. Na taj način se ostvaruje tendencija širenja kapitala, prevazilaženje nacionalnih granica i težnja ka svetskoj dominaciji.

U tom cilju, transnacionalne korporacije poseduju moć da lociraju svoje centre aktivnosti svuda gde mogu da realizuju najefikasniju kombinaciju tehnologije, kapitala i radne snage, da bi najprofitabilnije proizvele i plasirale svoju robu. U tom smislu transnacionalne korporacije primenjuju zaista globalnu strategiju i opredeljuju se za one investicije koje im obećavaju najveće profite, bez obzira gde se nalaze lokacije ovih investicija.

Osnovu dinamičnih kretanja u svetskoj privredi, u suštini, čine međunarodni tokovi kapitala. Dva najvažnija oblika su strane direktne investicije i međunarodni zajmovi banaka. Rezultat procesa globalizacije svetske privrede je osetan rast direktnih stranih investicija, uprkos krizama koje potresaju svet. Iz podataka koji su dati u tabeli 2 vidi se da su SAD najveći investitor na svetu, ali da su istovremeno i najveći korisnik stranih investicija.

EKONOMSKI HORIZONTI

Tabela 2 – Direktnne strane investicije 1996. god. u mlrd. \$

r.b.	Zemlja	Investitor	Korisnik
1.	SAD	74,8	76,5
2.	V.Britanija	34,1	26,0
3.	Francuska	30,4	26,0
4.	Nemačka	29,5	22,0
5.	Hongkong	26,4	-
6.	Japan	23,4	-
7.	Holandija	23,1	7,8
8.	Švajcarska	11,6	-
9.	Kanada	8,5	-
10.	Belgija/Luksemburg	8,5	14,1
11.	Kina	-	40,8
12.	Brazil	-	11,1
13.	Singapur	-	9,4
14.	Meksiko	-	8,2
15.	Španija	-	6,5

Izvor: UNCTAD, Prema: Politika, 11. februar 1999.

Prethodna analiza, kao i aktuelni svetski ekonomski tokovi, ukazuje da transnacionalni kapital po karakteru novih pravila ponašanja, po slobodi međugranske i teritorijalne pokretljivosti i visokom stepenu nekontrolisanosti, ističe svoju početnu fazu obnavljajući određene karakteristike slobodnog nacionalnog kapitala, prirodno, sa specifičnostima novog stadijuma razvoja tehnologije, svetske ekonomije i društva. On je ponovo počeo da podstiče krize, ali sada u globalnim razmerama. Savremene države nisu u mogućnosti da ih prevladaju, a svetska ekonomija je praktično izgubila mogućnost globalnog upravljanja koje je nametnuto posle II svetskog rata. Nameće se neophodnost da se formiraju međunarodne organizacije koje će biti sposobne da obuzdaju transnacionalni kapital i da njegovu energiju usmere ka ostvarivanju stabilnog razvoja. Takve organizacije, u perspektivi, neizbežno moraju da preuzimaju funkcije nekakvog oblika svetske vlade.

Uspostavljanje jedinstvene globalizovane neregulisane tržišne ekonomije, kojom vladaju gigantske korporacije i finansijske institucije koje su odgovorne samo super bogatašima, ipak nameće potrebu za postojanjem efikasnih instrumenata regulatornog karaktera. U tom smislu potrebno je naglasiti da je suviše jednostrana ideološka podela na deregulaciju kao dobru i regulaciju kao lošu stvar. Uklanjanje propisa najviše je koristilo najjačim igračima. Postojanje potrebne doze ograničenja je neophodno da bi društvo zaštitilo sebe, svoje socijalne i političke vrednosti, ugrožene

nesputanom individualnom i korporativnom trkom za sticanjem ekonomskih prednosti. Zato, u modernom svetu dolazi do jačanja regulacije posle svake krize deregulacije, pogotovu kad ona proizvodi nepravdu zbog koje dolazi do političkih nemira i pokreta.

2. Otvorena pitanja procesa globalizacije

Proces globalizacije nameće brojna otvorena pitanja. Jedno od najznačajnijih svakako je odnos globalnog i nacionalnog u svakoj pojedinoj zemlji. Naime, savremeni svetski ekonomski poredak sačinjava čitav niz značajnih nadnacionalnih političkih i ekonomskih institucija i međunarodnih organizacija kao što su: Međunarodni monetarni fond, Svetska banka, Svetska trgovinska organizacija, Međunarodna finansijska korporacija i td. Navedene organizacije ne samo da su daleko od regulisanja transnacionalnog kapitala, već objektivno stoje na njegovoj strani i štite njegove interese, umanjujući na taj način ulogu nacionalnih vlada. Suverenim državama predstoji da postepeno – najpre ekonomski, a potom i politički – dele vlast sa nadnacionalnim institucijama transnacionalnog kapitala, odražavajući objektivno tendenciju internacionalizacije ekonomije. Pri tome, uticaj države opada, a vlast sve više prelazi u ruke transnacionalnog kapitala i međunarodnih institucija koje su pod njegovom kontrolom. U nastalim uslovima, između nacionalnih elita i transnacionalne svetske oligarhije vodi se složena borba za uticaj u međunarodnim organizacijama. Istovremeno, u globalnoj hijerarhijskoj strukturi političke i ekonomske vlasti sve su države uzajamno povezane, mada sa različitim pozicijama. Saglasno tome i stepen autonomnosti države je različit. Obrazuje se asimetričan međunarodni sistem. SAD i saveznici iz atlanske alijanse zadržavaju najveće mogućnosti da utiču na tokove svetskih događaja.

Zbog toga se procesom globalizacije sve više potencira teza o slabljenju nacionalne države. Naime, evidentno je da u svetskoj ekonomiji, ravnopravno sa nacionalnim državama, deluju i drugi akteri: transnacionalne korporacije i transnacionalne banke, međunarodne organizacije (MMF, SB, STO, grupa najrazvijenijih zemalja G-7). Zato se i može zaključiti da su u pitanju tako krupne promene da je ozbiljno poljuljana tradicionalna koncepcija o suverenosti države. Temelji suverenosti nacionalne države potkopani su ekspanzijom globalnih korporacija i blokovskom organizacijom svetskog ekonomskog poretka.

Novonastala situacija nameće jedno od ključnih pitanja: kako regulisati svetsku ekonomiju? To logično pitanje se nameće od strane institucionalista, ali i od strane ekonomista koji su bliski ovom pravcu. Imajući u vidu činjenicu da slobodna konkurencija, u granicama nacionalne ekonomije, nikada nije uspela da reši sve ekonomske

probleme, već je često bila podržavana od strane državnih, društvenih ili posebnih institucija, nerealno je računati na samodovoljnost tržišno-konkurentskog mehanizma u globalnim razmerama. Može se reći da je to jedna od najslabijih strana procesa globalizacije budući da u uslovima formiranja svetskog ekonomskog sistema, u kojem dominiraju nekontrolisane snage i nejasne finansijske korporacije, država gubi sposobnost da garantuje čoveku opstanak.

Prema tome, transnacionalni kapital, zastupljen prvenstveno u transnacionalnim korporacijama i transnacionalnim bankama i podržavan od strane drugih uticajnih aktera savremene svetske ekonomije, snagom objektivnih zakonitosti svoga razvoja ima tendenciju širenja, pre svega, ekonomske, a isto tako i političke i ideološke vlasti. To uslovljava situaciju dvovlašća i dinamičke ravnoteže, između transnacionalnog kapitala, s jedne, i nacionalnih država s druge strane.

U navedenim uslovima nameće se problem postojanja odgovarajućih političkih struktura, tj. instrumenata vladanja, uspostavljanja i regulisanja svetskog poretka. Nameće se pitanje, da li je uopšte moguće uspostavljanje institucije vlasti koja bi bila analogna državi. U svakom slučaju, međunarodne političke strukture zaostaju u svom razvoju za svetskom ekonomskom realnošću. Međunarodne političke i pravne institucije postoje u okviru OUN, u regionalnim organizacijama. Međutim, one nemaju monopol vlasti koji u nacionalnim razmerama pripada državi, a njihova moć i uticaj u odnosu na svetsku zajednicu ne mogu se porediti sa moći i uticajem koji ima država u nacionalnim razmerama.

Tačno je da su ekonomska prava osnova političke demokratije. Međutim, pobornici ekonomskog liberalizma, koji slobodno tržište smatraju za esencijalni osnov političke demokratije, zanemaruju važne načine na koje slobodno tržište teži da funkcioniše kao duboko nedemokratska institucija. Naime, dok politička demokratija za svoj cilj ima ostvarivanje ljudskih prava, tržište priznaje samo novac i dobit, a ne i ljude. Zbog toga, ukoliko nije kontrolisano ograničenom političkom moći, tržište može da postane instrument ugnjetavanja na osnovu kojeg bogati monopolišu društvene resurse. Evidentno je da danas globalnim tržištima dominiraju globalne megakorporacije koje su među najnedemokratskijim i najneodgovornijim ljudskim institucijama i neosporno najmoćniji instrument koji je čovek ikada stvorio u cilju koncentrisanja bogatstva i moći. Mnoge megakorporacije poseduju veću ekonomsku moć od većine nacija i dominiraju ekonomskim procesima gotovo svih država.

Potrebno je podsetiti se da je Adam Smit, sinonim slobodne trgovine, favorizovao tržište koje je sačinjeno isključivo od malih kupaca i prodavaca. Pri tom je smatrao da su korporacije instrument za monopolizovanje tržišta zbog čega je isticao da za ovakve institucije nema mesta u konkurentskoj tržišnoj ekonomiji koja funkcioniše na pravi način.

To, nesporno, govori da ničeg demokratskog nema u neregulisanim tržištima koja odgovaraju isključivo potrebama bogatih pri čemu se ljudska prava i opšti interesi podređuju pravima i interesima korporacija.

Na samitu u Davosu 1998. godine, raspravljajući o "planetarnim prioritetima za XXI vek", predstavnici više stotina najmoćnijih transnacionalnih korporacija kao prioritet svih prioriteta su stavili još intenzivniju liberalizaciju ekonomskih tokova. Međutim, prenebregava se činjenica da je nekontrolisana liberalizacije usmerena isključivo na očuvanje interesa najmoćnijih, po cenu da se jaz koji ih deli od siromašnih još više produbi. Poput učesnika u sivoj ekonomiji, i transnacionalne korporacije se zalažu za ukidanje propisa koji ih ometaju u sticanju dobiti. Nisu bez posebnog razloga razvijene čitave teorije o mehanizmima upravljanja i kontrole korporacija (Galbrajt, Draker, Mincberg i dr.), kako bi se uspostavila ravnoteža između društvenih i ekonomskih ciljeva.

Internacionalizacija tržišta je poželjna za svaku nacionalnu privredu, ali pri tome je potrebno voditi računa o velikim nejednakostima koje ona neminovno donosi. U knjizi *Dobro društvo – humani redosled* (*The Good Society – The Humane Agenda*) J. K. Galbraith naglašava da je ekonomska opasnost od globalizacije sasvim realna. On ističe da zemlje u kojima postoje bolji društveni i radni uslovi, odednom dobijaju konkurente u zemljama gde su nadnice niže i gde postoji slabija zaštita onih koji mogu da bud ugroženi proizvodnim uslovima. S obzirom da je u takvim zemljama cena proizvodnje niža, transnacionalne korporacije rado premeštaju svoje proizvodne aktivnosti u te zemlje. U takvim uslovima, staranje o opštem dobru na nacionalnom nivou se smanjuje budući da, ulaženjem u međunarodne trgovačke tokove ili transnacionalne proizvodne poduhvate, mnogi vidovi društvene brige bivaju ugroženi.⁷ Pored navedene opasnosti, postoji ozbiljno ograničenje od strane međunarodnog trgovačkog i finansijskog sistema da se ostvare ciljevi stabilizacione politike. Mnogi podsticajni efekti i efikasnost poznatih mera fiskalnog, monetarnog ili socijalnog karaktera biće umanjeni ukoliko se preduzimaju u međunarodnim okvirima. Kako ističe Galbraith, neki podsticajni efekti će se izgubiti u moru međunarodne trgovine – više će se kupovati iz inostranstva ili će se više zapošljavati u inostranstvu. Drugim rečima, deo efekta umnožavanja (*multiplier effect*) koji nastupa zbog povećanog javnog i privatnog trošenja preliće se u druge zemlje. Međutim, sve su to efekti koji ne dotiču one najmoćnije, a koji diktiraju intenziviranje procesa globalizacije bez obzira na sve otpore koji postaju sve žešći. Evidentno je da globalizacija svetske privrede omogućuje zapadnom svetu da eksploatiše celu planetu metodama koje formalno izgledaju kao ekonomske – ekvivalentna razmena, sloboda preduzetništva, slobodno tržište, itd. – a u suštini nisu takve.

⁷ J. K. Galbraith, *Dobro društvo – humani redosled*, Grmeč – Privredni pregled, Beograd, 1997. str. 96.

Literatura:

1. Šiškov, Ju., Evolucija mirovoga soobšćestva: poljarizacija ili vozrastanie gomo-genosti?, ME i MO, 1998. No 9.
2. Češkov, M., O videnii globalizirujuščegosja mira, ME i MO, 1999. No 6.
3. Aktuelnye voprosy globalizacii, Kruglij stol ME i MO, ME i MO, 1999. No 4 i 5.
4. Kuznecov, V., Francuzskie učenyje o globalizacii, ME i MO, 1999. No 4.
5. Milner, B., Krupnie korporacii – osnova podema i uskorenogo razvitija ekonomiki, Voprosy ekonomiki, 1998. No 9.
6. Kuznecov, V., Čto takoe globalizacija?, ME i MO, 1998. No 2 i 3.
7. Ilić, Bogdan, Globalizacija svetske privrede i novo ekonomsko jedinstvo sveta, Ekonomski pogledi, Priština, 1999. Broj 1.
8. Aktuelna pitanja savremene političke ekonomije, redaktor Bogdan Ilić, Savremena administracija, Beograd, 1995.
9. J. K. Galbraith, *Dobro društvo – humani redosled*, Grmeč – Privredni pregled, Beograd, 1997.
10. Movsesjan, A., Ognivcev, S., Transnacionalnyj kapital i nacionalnye gosudarstva, ME i MO, 1999. No 6.

PRIKAZI

Dr Radosav Marinković*

TRANSFORMACIJA DRUŠTVENOG PREDUZEĆA, SVOJINSKI ASPEKT

(Dr Ljiljana Maksimović, Ekonomski fakultet, Kragujevac, 1999.
– Prikaz knjige)

Problematika tranzicije zaokuplja pažnju naših ekonomista punu jednu deceniju. To je najvažnije i najaktuelnije pitanje i naše današnjice, s obzirom da je SR Jugoslavija još na početku procesa tranzicije. Upravo, tranzicija je centralni problem koji istražuje dr Ljiljana Maksimović u monografiji "Transformacija društvenog preduzeća, svojinski aspekt". Bez zaključka, rad se sastoji iz četiri dela: prvi deo – Preduzeće kao osnovni privredni subjekt; drugi deo – Oblici organizovanja kapitalističkog preduzeća; treći deo – Društveno preduzeće i mogućnosti njegove transformacije; četvrti deo – Reprodukcijski svetski kapitalističkog sistema i njegovi mehanizmi.

U prvom delu monografije razmatraju se osnovne odlike preduzeća koje mu omogućavaju da bude osnovna privredna ćelija u čijem ambijentu se rešavaju ključna ekonomska pitanja: alokacija resursa, odnos autputa i imputa, cena i troškova, investicija i zaposlenosti. Koliko će preduzeće biti uspešno u ostvarenju ovih ekonomskih vrednosti bitno zavisi od ostvarenog poslovnog rezultata – profita, dok poslovni rezultat značajno zavisi od efikasnosti organizacije i upravljanja preduzećem.

Najvažnije načelo poslovanja preduzećem jeste načelo maksimiranja profita. Profit je osnovni kriterijum za ocenu uspešnosti poslovanja preduzeća i uslov njegovog opstanka i razvoja. Objektivnu ocenu uspešnosti poslovanja preduzeća jedino može dati tržište, a privatno vlasništvo i konkurencija su osnovne poluge i stimulatori dinamičkog razvoja preduzeća.

Ovaj deo rada u tesnoj je vezi sa drugim i trećim delom, a četvrti deo rada predstavlja logički završetak prvog dela i celokupne monografije. Naime, u četvrtom delu se razmatraju osnovne karakteristike postindustrijskog društva i osnovne odlike preduzeća u postindustrijskom društvu.

Drugi deo monografije izložen je u šest glava: preduzeće i preduzetništvo; akcionarsko društvo (korporacija); javna (državna) preduzeća; transnacionalne korporacije

* Redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

(TNC); internacionalizacija kapitala i ekonomska uloga države; proizvodna i tržišna struktura savremene kapitalističke privrede i motiv(i) preduzeća.

Centralni i najobimniji deo monografije jeste treći deo u kome se istražuju mogućnosti transformacije društvene svojine u efikasnije oblike svojine i transformacija društvenog preduzeća u modernog privrednog subjekta, primerenog postindustrijskom društvu. Autor je posle solidno urađenog prvog i drugog dela rada obezbedio sve uslove za kvalitetno istraživanje i u trećem delu rada. Ustvari, odgovori na neka postavljena pitanja u trećem delu rada već su dati u prvom i drugom delu.

Dr Ljiljana Maksimović definiše suštinu privatizacije, kao centralnu fazu tranzicije, u savremenim tržišnim privredama kao proces koji predstavlja "političko-ekonomsku individualizaciju (liberalizam) i deregulaciju (afirmacija tržišta). Kao bitan element vladinih ekonomskih strategija ima za cilj prestrukturiranje i oživljavanje privrednog razvoja, afirmaciju konkurentne sposobnosti privrede i povećanje efikasnosti preduzeća" (str. 48).

Privatizacija je posledica ekonomske neefikasnosti podržavljenih privrednih grana i preduzeća (niska profitabilnost, niska produktivnost, visoki troškovi radne snage, visoke cene, loš kvalitet usluga). "Državna preduzeća su bila osnovni generator budžetskih deficita upravo zbog negativnih finansijskih rezultata" (str. 48).

Privatizacija treba da obezbedi normalno funkcionisanje tržišta kapitala i tržišne kriterijume prilikom investiranja, slobodnije i odgovornije ponašanje menadžmenta i njegovu efikasnu kontrolu, povećanje participativne demokratije kroz redistribuciju vlasništva, zapošljavanje (naročito u malim preduzećima).

Sumirajući rezultate privatizacije na Zapadu kandidat ističe da je osnovni cilj privatizacije povećanje ekonomske efikasnosti. Saglasno tome, ona nije opravdala očekivanja u svim slučajevima jer je privatizacija vršena i u delatnostima u kojima je državna svojina nužnost. Naime, državni sektor se pojavio kao neophodnost da u savremenom kapitalizmu uskladi pojedinačne sa opštim interesima. Dalje, on se konstituisao u nekim oblastima privrednog života jer privatni kapital nije bio zainteresovan da razvija te grane koje su niskoprofitne. Zatim, ne treba privatizovati grane koje predstavljaju krvotok privrede. Jednom rečju, privatizacija nije "čarobni štapić" koji može da reši sve probleme prestrukturiranja savremenih tržišnih privreda. Ocenjujući rezultate privatizacije u tržišnim ekonomijama Zapada autor saopštava sledeći važan zaključak: "Tamo gde su tržišta prihvatljivo konkurentna i gde nema većih ograničenja tržišta, dostupni dokazi opravdavaju pretpostavku da treba dati prednost privatnom vlasništvu. Smatramo da se konkurencija ne može odvojiti od vlasništva. Veći stepen konkurencije je odlika privatnog vlasništva a niži stepen konkurencije karakteriše državno-svojinski aranžman. Kada je reč o relativnoj samostalnosti menadžerskog – upravljačkog sloja, i njegovoj eventualnoj neodgovornosti, mišljenja smo da je u funkciji odluka o kupovini akcija. Ako menadžeri loše vode

kompaniju, njene akcije će se i manje kupovati; u tom slučaju vlasništvo ima snažan posredan uticaj na upravljačku strukturu" (str. 59).

Treći deo rada počinje analizom efikasnosti društvene svojine i društvenog preduzeća. Empirijske analize pokazuju da se društvena svojina nije potvrdila kao efikasan oblik svojine. Osnovni razlog tome se nalazi u konceptijskim slabostima i neodređenostima, što je uslovalo i lošu institucionalizaciju društvenog vlasništva. S obzirom da je društvena svojina protivurečne prirode, bila je izuzetno teška (čak i nemoguća) za operacionalizaciju. Naime, protivurečnost se sastoji u činjenici što se htelo, s jedne strane, da ona bude društvena, tj. da niko po osnovu korišćenja društvene svojine ne osigurava neke mogućnosti da poveća svoje lične dohotke a s druge strane se nastojalo da ljudi budu motivisani da povećavaju tu opštu, neindividualizovanu svojinu.

"Uostalom, da je problem u konceptu", zaključuje autor, "dokaz je što nijedan vid zajedničke svojine nije dao zadovoljavajuću ekonomsku efikasnost, ni kod nas ni u drugim socijalističkim zemljama" (str. 129).

Posledica neefikasnosti društvene svojine jeste i neefikasnost društvenog preduzeća. Razlozi neefikasnosti su višestruki. Kao prvo, ono posluje pod političkim pritiscima, pa je izloženo i mnoštvu neekonomskih ciljeva. Drugo, izloženo je snažnom pritisku povećanja plata, a njegova imovina nema ni minimum institucionalne zaštite. Treće, karakteriše ga "meko budžetsko ograničenje". Četvrto, društveno preduzeće ima nižu sklonost ka akumuliranju i investiranju u odnosu na privatno preduzeće. Peto, društveno preduzeće ne obezbeđuje ispoljavanje osnovne ekonomske funkcije svojine: da stvara motivaciju za čuvanje, prošireno reprodukovanje i racionalnu alokaciju sredstava.

Društvena svojina je i osnovni razlog što jugoslovenski ekonomski sistem nije postao preduzetnički sistem. Niska efikasnost investicija i veliki broj promašenih investicija, često poslovanje sa gubicima, umesto sa profitom, "maksimiranje plata umesto profita – ubedljivi su dokazi za neuspešnost kolektivnog preduzetništva. Društvena svojina i preduzetništvo kao osnovna poluga savremenog razvoja, nisu u harmoničnom odnosu. "U ekonomskoj teoriji pojam preduzetništva se vezuje", konstatuje dr Ljiljana Maksimović, "za poseban privredni sektor, posebnu ekonomsku funkciju, osnivanje preduzeća, mala preduzeća, inovativnost, specifično zanimanje, izuzetne ličnosti i njihovo ponašanje, poslovni rizik, samozapošljavanje, način rukovođenja i ponašanja, vizionarsku aktivnost. Preduzetnik je definisan kao pojedinac, grupa, kolektiv, država. On je ponekad istovremeno i menadžer. Može da bude vlasnik kapitala, a ne mora. Danas je to najčešće firma" (str. 134). Većina ekonomista preduzetništvo povezuje sa privatnom svojinom i tržištem. Oni smatraju da su društvena svojina i preduzetništvo nespojivi, jer društvena svojina isključuje postojanje integralnog tržišta.

Rizik je vezan uz preduzetništvo i ne može se u potpunosti otkloniti. Integralno samoupravljanje težilo je da u potpunosti ukloni rizik. Preduzetništvo se nije smatralo korisnim i društveno opravdanim, pa ga je samoupravni sistem de facto isključivao – zamenjivao ga je neadekvatnim planskim ili političkim preduzetništvom. Uspešni rukovodioci (preduzetnici) proglašavani su ljudima sklonim riziku i ideološki su diskreditovani (na primer, poznata borba početkom sedamdesetih godina u Srbiji protiv "liberala i tehnomenadžera").

Koncept društvene svojine kao nesvojine nije obezbeđivao odgovorno i stručno upravljanje ni nacionalnom privredom niti preduzećem. Umesto očekivanih pozitivnih rezultata, društvena svojina je proizvela krizne rezultate. U vezi toga autor zaključuje: "Sredinom devedesetih broj nezaposlenih je premašio milion. Raspodela dohotka prema radu nije se ispoljavala ni kao tendencija. Sistem nije bio u stanju da se reprodukuje u proširenom (pa čak ni u prostom) obimu. Akumulacija je postala negativna veličina, investicije su drastično opale, a zaduženost je dostigla kritičnu granicu" (str. 125).

Zbog kriznih rezultata naše privrede i njenog osnovnog privrednog subjekta, nameće se tranzicija kao objektivna nužnost. Kandidat pod tranzicijom postsocijalističkih privreda podrazumeva sledeće: "Proces tranzicije socijalističkih privreda znači prelazak sistema koga odlikuje državna (društvena) svojina, planiranje (centralizovano ili samoupravno), birokratsko upravljanje i politička kontrola uprave u sistem čiji su fundamenti: privatna svojina, preduzetništvo i slobodno tržište" (str. 139). U domenu društvenih promena, tranzicija označava demokratizaciju društvenog i političkog života.

Program tranzicije obuhvata veoma složene i važne poslove: makro-ekonomska stabilizacija (antiinflacioni programi, identifikacija internog i eksternog duga, rekapitalizacija banaka, finansijska disciplina, politika deviznog kursa), korporativizacija, privatizacija, institucionalna reforma (ustav, sistemski zakoni, finansijsko tržište, poreski sistem, računovodstveni sistem, reforma države) i marketizacija (liberalizacija cena i trgovine, spoljno trgovinski režim).

Prema mišljenju većine kompetentnih ekonomista, tranzicija se realizuje u tri faze: prva, stabilizacija i cenovna liberalizacija; druga, privatizacija i treća, restrukturiranje. Sve tri faze se sprovode uz aktivnu ulogu države.

Pozitivni rezultati tranzicije mogu se očekivati u dugom roku, dok u kraćim vremenskim razmacima (3-5 godina) treba računati na transakcione troškove, pogotovu ako se prihvati revolucionarni pristup privatizaciji. Ti troškovi jesu: pad društvenog proizvoda, inflacija, porast nezaposlenosti, porast trgovinskog deficita, pad životnog standarda.

Centralni proces programa tranzicije jeste privatizacija. "Privatizacija je veoma složen proces koji obuhvata veći broj aktivnosti. Kao prvo, ona znači vlasničko

prestrukturiranje koje podrazumeva uspostavljanje jasnog sistema vlasničkih prava. Kao drugo, ona znači finansijsko prestrukturiranje pošto je vlasnička transformacija praćena promenama u strukturi kapitala. Kao treće, ona znači i organizaciono prestrukturiranje, zato što radikalne promene u vlasničkoj i finansijskoj strukturi zahtevaju novu strategiju i nov način upravljanja" (str. 144-45).

Sumirajući razne poglede o privatizaciji u odnosu na ciljeve i kriterije, pristupe i metode (tehnik) privatizacije, kandidat zaključuje sledeće:

Prvo, kompetentne teorijsko-logičke i empirijske analize ubedljivo dokazuju da je privatna svojina najefikasniji oblik svojine na većini područja ljudske delatnosti. Drugo, da je dominacija privatnog vlasništva bitan uslov inaugurisanja jednog modernog tržišnog sistema, sistema koji uvažava i odmereno i umereno racionalno delovanje države u privrednoj sferi života. Treće, između (ne)efikasnosti upravljačke funkcije na nivou preduzeća i "upravljačkih" ekonomskih funkcija države, s jedne strane, i oblika svojine, s druge strane, postoji čvrsta korelacija. Teorijsko-logičke i empirijske analize nedvosmisleno pokazuju da se najodgovornije i najuspešnije upravljačka funkcija obavlja u ekonomijama u kojima dominira privatna svojina i racionalni tržišni principi. Četvrto, da bi se privatizacija uspešno sproveda moraju se uvažavati društvene i ekonomske specifičnosti svake zemlje. (Ne postoji, na primer, ni jedan poseban metod privatizacije koji bi bio prihvatljiv za sve zemlje). Peto, privatizacija se, da bi bila uspešna, obavlja na osnovu stručno urađenog programa, a za njegovo izvršenje mora da bude zadužen neki centralni državni organ, tj. "nije moguće privatizovati proces privatizacije". To potvrđuje iskustvo i zapadnih i istočnih zemalja.

Kada je reč o privatizaciji u Jugoslaviji, polazeći od njenih specifičnosti u društvenom i ekonomskom razvoju, kao i okolnosti u kojima je zemlja živela i radila u poslednjih pet godina, a posle detaljnog prezentiranja metoda privatizacije R. Anderson-a, vaučer privatizacije, programa privatizacije Ekonomskog instituta iz Beograda, dr Ljiljana Maksimović, razložno zaključuje sledeće: "U svakom slučaju jedan realističan program privatizacije podrazumeva usaglašavanje oko sledećih pitanja: razduženja države prema stranim poveriocima i štedišama, popunjavanja penzionih fondova, obeštećenja starim vlasnicima po osnovu denacionalizacije i zadržavanja određenog dela društvenog kapitala u rukama države. Tek saglasnost po tim pitanjima i donošenje definitivne odluke, omogućava raspravu o tehnici privatizacije i određivanje onog dela društvenog kapitala koji će se besplatno podeliti stanovništvu" (str. 184).

U pogledu brzine i obima privatizacije, kandidat smatra da nema uslova za privatizaciju tipa "sve i odmah". Nedostaje kapital (osiromašeno stanovništvo, nepostojanje štednje i akumulacije); strani investitori su nedovoljno zainteresovani za ulaganje kapitala; nema tržišnih institucija koje bi pratile proces vlasničke transfor-

macije (penzioni, mešoviti, zajednički fondovi, osiguravajuća društva, investicioni fondovi itd.). "Smatramo da je za rađanje novog društva potrebno vreme, u kome će privatni sektor koji nastaje i razvija se, zahvaljujući ekonomskoj efikasnosti, biti u stanju da finansijski ojača i otkupi deo društvenog kapitala. Za to vreme država mora efikasno da koristi svoju moć: moć da oporezuje i moć da usmerava akumulaciju u propulzivne, tehnološki najnaprednije sektore, pomažući tako nužan proces prestrukturiranja privrede.

Država ne sme da dozvoli ukidanje postojećih institucija sve dok ne zaživi kritična masa novih institucija. Ona mora da osmisli, organizuje i kontroliše prestrukturiranje velikih privrednih sistema, da podstiče (finansijski, organizaciono, institucionalno) nastanak i razvoj malih i srednjih preduzeća. Jednom rečju i sama država treba da se 'redefiniše' i da igra aktivnu ulogu u kreiranju preduzetničkog društva, tj. društva koje je sposobno da kreira i usvaja znanje i u kome su inovacije i preduzetništvo normalne, redovne i kontinuirane pojave" (str. 248-49).

Autor završava rad uz naglašavanje saznanja da su za prosperitetni razvoj u vremenu u kome živimo bitne stalne promene koje se zasnivaju na znanju, kreativnom mišljenju i inovativnom preduzetničkom ponašanju. To podjednako važi za poziciju pojedinca (individue), preduzeća i društva. To je osnovna odlika savremenog – postindustrijskog društva i preduzeća.

Monografija dr Ljiljane Maksimović "Transformacija društvenog preduzeća, svojinski aspekt", koja predstavlja prerađenu doktorsku disertaciju autora, jeste vredan prilog, sa naučnim rezultatima, u istraživanju najaktuelnijih pitanja zemalja tranzicije, posebno Jugoslavije.

U radu su izložena brojna iskustva privatizacije, prezentirane adekvatne komparativne analize, a proučena je i korišćena veoma obimna i kvalitetna literatura, na našem i stranim jezicima.

Struktura rada je logična i zadovoljava naučne zahteve. Prvo se razmatraju problemi tranzicije u zapadnim zemljama, zatim postsocijalističkim i na kraju u Jugoslaviji. Rad se završava analizom bitnih obeležja postindustrijskog društva i preduzeća u postindustrijskom društvu.

Monografija je napisana jasnim stilom, što će joj omogućiti da bude čitana i proučavana, ne samo od naučnika, već i širokog kruga stručnih radnika.

Vesna Stojanović*

UPRAVLJANJE KLJUČNIM ASPEKTIMA TRANSFORMACIJE PREDUZEĆA (Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, 1999. – Prikaz V Naučnog savetovanja)

U organizaciji Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu 26. novembra 1999. godine održano je V Naučno savetovanje "Upravljanje ključnim aspektima transformacije preduzeća". Na njemu su prezentirani najvažniji rezultati jednogodišnjeg istraživanja na makroprojektu *Upravljanje transformacijom preduzeća* koji finansira Ministarstvo za nauku i tehnologiju Republike Srbije. Radovi su prezentirani u okviru sledećih oblasti: *Teorija upravljanja, Organizaciona transformacija, Marketing aspekti u upravljanju, Finansijska transformacija, Tehnološka transformacija, Metodi, modeli i tehnike u upravljanju.*

Imajući u vidu činjenicu da je transformacija složen proces radikalnih promena svih segmenata organizacije kojim se mora na adekvatan način upravljati, prva tematska oblast Savetovanja posvećena je nekim od značajnih aspekata teorije upravljanja. Adekvatno liderstvo, je svakako, jedan od najvažnijih faktora uspešnog sprovođenja transformacije, što podrazumeva formulisanje jasne vizije i motivisanje zaposlenih da se maksimalno angažuju na njenom ostvarenju. U savremenim organizacijama koje sve više postaju decentralizovane mreže umesto hijerarhijskih celina, lideri su razdvojeni od formalnog autoriteta, što dovodi do razvoja novih formi liderstva u kojima je akcenat na harizmi i interakciji sa sledbenicima. Najznačajnije determinante transformacionog liderstva bile su predmet uvodnog izlaganja prve tematske oblasti.

Poznato je da se odluka o sprovođenju transformacije, u najvećem broju slučajeva, javlja kao reakcija na već nastalu ili percipiranu kriznu situaciju u preduzeću. Kriza predstavlja opasnost za egzistenciju preduzeća i karakteriše se negativnim rezultatima poslovanja, stagnacijom i opadanjem aktivnosti uz rastuće troškove, što dovodi do porasta zaduživanja i zaoštavanja problema likvidnosti. U takvoj situaciji preduzeće je prinuđeno da odlučno i brzo reaguje, što rezultira konsolidacijom, kao

* Asistent-pripravnik Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu.

inijalno uspešnim oporavkom koji je usmeren na kratkoročne profite, ili transformacionom promenom, usmerenom na dugoročne tržišne rezultate. Povezanost krize, konsolidacije i transformacije razmatrana je, takođe, u prvoj tematskoj oblasti. Kako se jedan od najznačajnijih eksternih uzroka krize naših preduzeća nalazi u ekonomskoj blokadi, to je na ovom Savetovanju posebna pažnja posvećena efikasnosti transformacije i osnovnim determinantama ekonomske aktivnosti preduzeća u uslovima ekonomske blokade.

Efikasno suočavanje sa zahtevima savremenog poslovnog okruženja podrazumeva promene u organizacionoj strukturi, stilu upravljanja i kulturi, ali prvenstveno poslovnoj strategiji. U okviru prve tematske oblasti analizirano je upravljanje stratejskim promenama, posmatrano sa stanovišta procesa obnove (ozdravljenja). S tim u vezi, autori su učinili vredan pokušaj da se daju praktične smernice menadžerima koji su suočeni sa izazovom promena.

U prvom delu savetovanja razmatrane su i mogućnosti za transformaciju visokoškolskih ustanova u skladu sa novim ISO standardima koje u svom poslovanju primenjuju brojne škole, fakulteti i univerziteti u svetu. Pored toga, značajna pažnja posvećena je specifičnostima ekonomike vertikalno povezanih preduzeća, novim formama međunarodne saradnje preduzeća i kritičkom sistemskom mišljenju - novoj paradigmi teorije i prakse društvenih sistema.

Druga tematska oblast Savetovanja posvećena je organizacionoj transformaciji preduzeća. Promene najznačajnijih segmenata organizacione arhitekture - strukture, sistema, procesa i kulture - predstavljaju ključnu determinantu uspešne transformacije ostalih aspekata organizacije. Ljudska dimenzija predstavlja jedan od ključnih faktora, što podrazumeva da je efikasnost transformacije preduzeća u velikoj meri uslovljena ponašanjem i motivacijom članova organizacije. Pored toga, uspešnost transformacije bitno je uslovljena stepenom fleksibilnosti, odnosno spremnosti organizacije da na adekvatan način reaguje na promene u okruženju, kao i sposobnošću individualnog i organizacionog učenja, koje u savremenim uslovima postaje jedan od najznačajnijih faktora konkurentске prednosti preduzeća. U tom smislu je pažnja teoretičara i praktičara, poslednjih godina, usmerena ka stvaranju timskih, plitkih organizacionih formi u kojima je akcenat pomeren od strukture, kao statičke, prema procesima kao dinamičkoj organizacionoj kategoriji.

U okviru treće tematske oblasti tretirani su marketing aspekti u upravljanju. Posebna pažnja posvećena je primeni direktnog desk-top marketinga, koji podrazumeva novi pristup kontaktu sa potrošačima uz korišćenje najsavremenije komunikacione tehnologije, usklađivanju marketing strategije sa ponašanjem konkurencije u eri marketing odnosa, kao i ključnim aspektima kreiranja i implementacije identiteta. Referenti su ukazali na najznačajnije promene koje su se poslednjih godina dogodile u oblasti marketinga, kao posledica uspostavljanja novih relacija između različitih učesnika na tržištu, što uslovljava potrebu razvijanja efektivne i efikasne marketing strategije.

Četvrta tematska oblast posvećena je finansijskoj transformaciji preduzeća. Ovdje su razmatrani problemi finansijskog upravljanja, analizirano je finansijsko računovodstvo kao podsistem računovodstvenog informacionog sistema, najvažniji aspekti analize akcija, kao i ocena osnovnih metoda formiranja transfernih cena. Velika pažnja u izlaganjima posvećena je upravljanju i merenju likvidnosti, kao sposobnosti bezuslovnog plaćanja obaveza koje dospevaju, kojom se definiše moć raspolaganja dobrima i uslugama izraženim u novcu. Ovo je razumljivo ako se ima u vidu činjenica da su naša preduzeća suočena sa hroničnom nelikvidnošću, a nedostatak finansijskih sredstava postaje jedna od ključnih prepreka uspešnom obavljanju poslovnih aktivnosti.

Neosporna je činjenica da savremena tehnologija, posebno informaciona, predstavlja jednu od najznačajnijih poluga organizacionih promena, bez čije je podrške teško zamisliti bilo koji transformacioni poduhvat. S druge strane, i sama tehnologija predmet je intenzivnih transformacionih procesa, što je na Savetovanju razmatrano u okviru petog tematskog područja. Radovi iz ove oblasti bave se osnovama savremenog koncepta agilnih proizvodnih sistema koji se prožima sa novim konceptima fleksibilne automatizacije, proizvodnje tačno na vreme i totalnog upravljanja kvalitetom (TQM). Razmatrana je uloga informacione tehnologije u reinženjeringu poslovnih procesa, koji predstavlja jedan od najnovijih trendova u menadžerskoj teoriji i praksi, kao i podrška koju informacioni sistemi pružaju stratejskom upravljanju u procesu transformacije preduzećem.

Poslednja, šesta tematska oblast posvećena je metodama, modelima i tehnikama u upravljanju. Savremeni procesi odlučivanja odvijaju se u uslovima ograničenog vremena, visokog rizika i nedovoljno pouzdanih podataka. U cilju bržeg, lakšeg i kvalitetnijeg donošenja odluka, menadžerima stoje na raspolaganju određeni matematički i statistički metodi i modeli čijom primenom se olakšava izbor između većeg broja alternativa. Na Savetovanju je posebna pažnja posvećena prijemnom uzorkovanju atributa kvaliteta i adaptivnom modelu predviđanja u funkciji upravljanja promenama. Radovi iz ove oblasti apostrofiraju ulogu i značaj statističkih metoda predviđanja u uslovima kompleksnog i neizvesnog okruženja, koje karakteriše poslovni kontekst najvećeg broja savremenih preduzeća.

Na V Naučnom savetovanju "Upravljanje ključnim aspektima transformacije preduzeća", pored istraživača Ekonomskog fakulteta u Kragujevcu, koji je koordinator rada na potprojektu *Ključni elementi procesa transformacije preduzeća*, učestvovali su i istraživači ekonomskih fakulteta u Beogradu, Nišu i Subotici, Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu i Mašinskog fakulteta u Kragujevcu. Rezultati njihovih istraživanja publikovani su u monografiji "Upravljanje ključnim aspektima transformacije preduzeća", koja se pojavila u izdanju Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu.

UPUTSTVO AUTORIMA

- Za pisanje rada koristiti Word for Windows
- Margine: gornja: 5,5 cm, donja: 4 cm, leva: 4 cm, desna: 4 cm,
- Format strane A4, prored singl,
- Koristiti font Times New Roman (raspored slovenački ili hrvatski), veličina slova 12
- Naslove i podnaslove rada centrirati
- Prvi red paragrafa (novi red) uvući za 1,5 cm
- Iznad naslova i podnaslova ostaviti dva, a ispod jedan prazan red
- Naslov rada: bold velika slova veličina 13, podnaslovi rada: bold mala slova veličina 12
- Citiranje ili upućivanje na određeni izvor vršiti u tekstu, u uglkastoj zagradi navesti: redni broj izvora iz literature i broj strane (na primer: [5, str. 37]).
- Literaturu navesti na kraju rada i sistematizovati po abecednom redu prezimena autora
- Literaturu numerisati uglastim zagradama (komanda u Wordu za simbole), npr:
[1] Brocklese, J. and Cummings, S., (1996) DESIGNING A VIABLE ORGANIZATION STRUCTURE, Long Range Planning, Vol 29, No 1, pp. 49-57.
- Tabele: U naslovu tabele sa leve strane napisati redni broj i naslov (npr. Tabela 1. Naslov tabele). Ispod tabele navesti izvor (ukoliko postoji), Italic 11 tačaka
- Slike: Staviti na odgovarajuće mesto u tekstu i označiti na sledeći način: Slika 1. Naslov slike. Ispod slike navesti izvor (ukoliko postoji), na način opisan kod navođenja literature
- Maksimalni obim rada iznosi 10 stranica
- Radovi se dostavljaju odštampani u dva primerka i na disketi
- Uz rad dostaviti apstrakt na srpskom i na engleskom jeziku. Apstrakte staviti na početku rada
- Radovi koji ne budu ispunili navedene zahteve neće biti publikovani u Časopisu.

