

ISSN
1840-3999



UNIVERZITET U TRAVNIKU

UNIVERSITY OF TRAVNIK

U
N
I
V
E
R
Z
I
T
E
T
S
K
A

H
R
O
N
I
K
A

Br.
27

ČASOPIS UNIVERZITETA U TRAVNIKU vol . 14 br. 1
Travnik, juni 2022.



UNIVERZITETSKA HRONIKA

IZDAVAČ

UNIVERZITET U TRAVNIKU

Za izdavača: Rasim Dacić, Rektor Univerziteta u Travniku

Glavni i odgovorni urednik: Fuad Bajraktarević

Tehnički urednik: Tarik Džambegović

Adresa: Aleja Konzula br. 5, Travnik

REDAKcioni ODBOR: Milenko Dostić, Rasim Dacić, Mujo Dacić, Sadik Bahić, Zećir Hadžiahmetović, Namik Čolaković, Jasna Bajraktarević, Mehmedalija Hadžović, Halil Kalač, Džemal Kulašin, Salim Ibrahimefendić, Amra Tuzović, Hrustem Smailhodžić, Ismet Alija, Nihad Selimović, Hazim Selimović, Mensur Kustura

RECENZENTSKI ODBOR: Milenko Dostić, Rasim Dacić, Mujo Dacić, Zećir Hadžiahmetović, Namik Čolaković, Jasna Bajraktarević, Mehmedalija Hadžović, Halil Kalač, Džemal Kulašin, Halid Kurtović, Suada Dacić, Salim Ibrahimefendić, Mensur Kustura, Tonći Lazibat, Sasho Atanasoshi, Nikša Nikolić, Rade Stankić, Alberto Mattiacci, Marek Szarucki, Eduardo Tome

Lektor: Bojana Koroman

Tel/fax: +387 30/541-061; +387 61/172-158;

E-mail: casopis@fmpe.edu.ba

Štampa: Štamparija Amos Graf d.o.o. Sarajevo

Tiraž: 100 primjeraka

Travnik, juni 2022.

ISSN: 1840 – 3999

COBBIS.BiH – ID

Indexed in: COBBIS.BiH (<http://www.cobis.ba>)

Indeks Copernikus

EBSCO

SADRŽAJ:

JAVNOZDRAVSTVENI ASPEKT MIGRACIJA	9
<i>Zerema Obradović</i>	
<i>Azija Pašalić</i>	
<i>Hadžan Konjo</i>	
<i>Edina Smječanin</i>	
CONFLICT SITUATION MANAGEMENT IN NURSING CLINICAL PRACTICE	15
<i>Sadeta Begić</i>	
<i>Amer Ovčina</i>	
<i>Anela Džananović</i>	
IZNAJMLJIVANJE OPREME KAO MODERNI PRISTUP FINANSIRANJA RADOVA U DRVNOJ INDUSTRIJI	23
<i>Damir Muhić</i>	
EKONOMSKA POLITIKA KAO INSTRUMENT ALOKACIJE RESURSA	31
<i>Semiha Repak</i>	
ETIČKI ASPEKTI U ZDRAVSTVU	43
<i>Irmelina Karić</i>	
ANTI-PHISHING STRATEGIJA	53
<i>Džemal Kulašin</i>	
KULTURA, SOCIJALIZACIJA, DRUŠTVO I DRUŠTVENI STALEŽI KAO DETERMINANTE PONAŠANJA POTROŠAČA	61
<i>Sandra Mukeljić</i>	
DIREKTNUTICAJI RAZVOJNE POLITIKE NA SISTEM CIJENA	71
<i>Semiha Repak</i>	
UTICAJ DRVNE INDUSTRIJE NA EKONOMSKI RAZVOJ ZEMLJE	81
<i>Damir Muhić</i>	
<i>Amir Osmančević</i>	
MOTIVI I IMPLIKACIJE GDPR UREDBE	93
<i>Džemal Kulašin</i>	

RIJEČ UREDNIKA

Urednici časopisa ili moderatori, izdanja bilo koje vrste, jesu ljudi koji planiraju njihov sadržaj i nadgledaju sve pripreme za njihovo objavljivanje. Urednici odlučuju o ponuditi svojim čitateljima a na osnovu pristiglih vaših radova i provedenih recenzija naših uvažanih profesora. Urednik, dakle, donosi sve važne odluke u vezi s časopisom i vodi računa o tomu da se one ostvare. Radi ispunjena zadanih ciljeva, časopis ima međunarodno uredništvo koje čini niz uglednih naučnika iz oblasti Društvenih nauka i srodnih odnosno dodirnih naučnih disciplina. Minimalni naučni nivo recenzenta je doktor nauka. Zbog kvalitete recenzijskog postupka kao i drugih relevantnih elemenata časopis je već duži period indeksiran u niz relevantnih svjetskih baza.

U skladu s odličnim ostvarenim rezultatima, časopis će i u narednom razdoblju nastaviti s istom uređivačkom politikom te se nadamo i daljnjem širenju međunarodne vrijednosti našeg časopisa, prvenstveno uključivanjem u još veći broj referentnih baza časopisa.

Imam posebnu čast da se zahvalim našim brojnim uglednim recenzentima koji su nam protekle godine darovali dio svog dragocjenog vremena i truda da bi vaši članci dobili potrebnu naučnu i stručnu ocjenu. Bez recenzenata, naime, naučni časopisi ne mogu funkcionisati, stoga im u svoje ime, u ime uredništva najljepše zahvaljujem.

Nadamo se da će se svi naši prijatelji i poštovaoci, kao i drugi čitatelji, sami uključiti u rad časopisa svojim vrijednim naučnim i stručnim radovima, a svi ostali časopis koriste kao jedan od oslonaca svog profesionalnog i naučnog razvoja. U tom smislu sve sugestije, mišljenja i prijedloge prihvatamo u nadi za kvalitetnom budućom saradnjom.

I dalje je nam ovaj časopis služi i kao jedan od oslonaca svog profesionalnog i naučnog razvoja i zbog toga sve sugestije, mišljenja i prijedloge prihvatamo u nadi za kvalitetnom budućom saradnjom.

U nadi da će sadržaj ovog izdanja časopisa, zadovoljiti interese čitalaca i saradnika očekujemo vaše nove radove i dalju saradnju a na obostranu korist i zadovoljstvo.

Glavni i odgovorni urednik
Fuad Bajraktarević

JAVNOZDRAVSTVENI ASPEKT MIGRACIJA

PUBLIC HEALTH ASPECT OF MIGRATION

Zerema Obradović*

Azija Pašalić*

Hadžan Konjo*

Edina Smječanin*

UVOD

Migracije su kretanja ljudi i promjene mjesta boravka, kako unutar zemlje, teko i van zemlje. U skladu sa tom definicijom migranti su osobe koje privremeno ili trajno napuštaju svoj dom. Prema procjenama Ureda za izbjeglice (The Office of the United Nations High Commissioner for Refugees – UNHCR) do kraja 2014 godine je oko 59,5 miliona ljudi bilo prisilno raseljeno, što predstavlja najveći zabilježeni broj migranata nakon II svjetskog rata. U skladu sa prethodnim procjenjuje se da je u 2015. Godini broj internacionalnih migranata bio 244 miliona. Na žalost ovaj broj ima tendencu stalnog rasta pa se procjenjuje da će do 2050. iznositi 405 miliona. Problem migranata i migracija postaje još veći ako se ovom broju doda i broj od oko 740 miliona „unutrašnjih“ migranata, odnosno raseljenih unutar vlastite zemlje pa ukupan broj ljudi koji su u pokretu premašuje jednu milijardu. (1)

Na svjetskom nivou migracije su sve češće pa se procjenjuje da oko 3.6 % svjetske populacije živi izvan zemlje u kojoj su rođeni. Najveći broj migranata su iz zemalja sa niskim primanjima, odnosno potiču iz loših uslova življenja pa se uz njih vezuje i povećana incidenca zaraznih oboljenja. (2) Migracije su prisutne u cijelom svijetu, pa tako i u BiH. Stanovništvo Bosne i Hercegovine migrira unutar zemlje, a sve su prisutnije migracije prema zemljama Zapadne Evrope i Amerike. Istovremeno se Bosne i Hercegovina nalazi na migrantskoj ruti migranata koji dolaze iz Sirije,

Afganistana, Pakistana te nekih zemalja Afrike. Procjenjuje se da je kroz BiH u toku 2018 prošlo oko 23 000 migranata, od kojih je većina nastavila svoj put prema zemljama Zapadne Evrope, a samo jedan mali dio je ostao u BiH.

Uzroci migracija su veoma različiti a najčešće stanovništvo migrira iz ekonomskih, političkih razloga ili su na migracije prisiljeni raznim prirodnim katastrofama. Zdravlje migranata, odnosno izloženost oboljenjima i njihovo obolijevanje zavisi od niza faktora, a jedana od njih, veoma značajan je razlog zbog čega se migrira. (3)

VRSTE MIGRACIJA

Migracije se grubo dijele na tri grupe: tradicionalne – jednosmjerne, dvosmjerne, ponovljene, odnosno kružne migracije te dnevne migracije. Pored ovih odrednica koje se odnose na način migriranja, veoma je važno da li su migracije planske, odnosno prihvaćene od zemlje domaćina ili ne. Prva kategorije, odnosno planske migracije se često nazivaju i legalne dok se neplanske migracije nazivaju ilegalne. Ovo je jedna od najvažnijih odrednica migracija koja ima i najveći uticaj na zdravlje migranata. (4)

Migracije utiču na zdravstveno stanje migranata, ali i lokalnog stanovništva u svim zemljama koje su na bilo koji način povezane sa migracijama. Zemlje se u odnosu na migracije klasificiraju kao: zemlje iseljenja, useljenja, tranzita i povratka.

Oboljenja uzrokovana migracijama zavise od toga da li je putovanje unutar zemlje, unutar regiona, kontinenta ili je

* - Fakultet zdravstvenih studija Univerziteta u Sarajevu

interkontinentalno.

Sa aspekta dužine trajanja migracije mogu privremene, kao što su najčešće razne vrste sezonskih, radnih migracija ili trajne. Takođe, veliki broj oboljenja, u prvom redu zaraznih, ali i neka nezarazna zavise od godišnjeg doba u kome se dešavaju migracije, a što je posledica izloženosti različitim vrstama agenasa i riziko- faktora spoljašnje sredine.

POSLEDICE MIGRACIJA

Terminom "mobilnost" se u prvom redu označava fizičko raseljavanje osoba, ali ovaj termin uključuje i mobilnost kultura, mobilnost zdravstvenih (i higijenskih) navika kao i mobilnost epidemioloških faktora i rizika.

Ako se pođe od činjenice da je pravo na zdravlje jedno od osnovnih ljudskih prava koje bi trebalo biti dostupno svima, to bi značilo da i migranti mogu da ostvaruju to pravo, odnosno da imaju pristup zdravstvenoj zaštiti. U praksi je situacija često potpuno drugačija te je migrantima često zdravstvena zaštita nedostupna ili im je, u nekim situacijama dostupan samo minimalni set usluga. Od pravnog statusa migranata u zemlji domaćinu zavisi pristup postojećim zdravstvenim uslugama. Zdravstvene usluge su različite u različitim zemljama pa se dešava da se migrantima u zemlji domaćinu nudi bolja i sveobuhvatnija zdravstvena zaštita već u matičnoj zemlji. Ipak, znatno češće migranti imaju loš ili ograničen pristup zdravstvenoj zaštiti, nekada znatno lošiji već u zemlji iz koje dolaze.

Pristup zdravstvenoj zaštiti i ostvarivanje prava na zdravlje je posebno veliki problem za ilegalne migrante. Međutim, čak i legalni migranti koji dolaze u zemlju u kojoj imaju zdravstveno osiguranje često nemaju potpun pristup zdravstvenoj zaštiti kao što to ima lokalno stanovništvo, a osnovni razlozi su problemi zbog kulturoloških barijera, ili vrlo često zbog jezičkih barijera. Dodatni problem je generalno nedovoljna informisanost

migranata o njihovim pravima pa tako i o pravima iz oblasti zaštite zdravlja.

I pored svih napora zemalja domaćina i raznih organizacija koje se bore za prava migranata teško je dostići cilj da se smanji ili potpuno eliminiše razlika u pravu na pristup zdravstvenim uslugama migranata i lokalnog stanovništva. Zbog toga se razvila posebna oblast zdravstvenih nauka koja se zove "migracijsko zdravlje". Ono se bavi zdravljem migranata i lokalnog stanovništva kako u zemljama na putu prolaska migranata tako i na konačnoj destinaciji.

FAKTORI KOJI UTIČU NA OBOLJEVANJE MIGRANATA

Oboljevanje migranata zavisi od više faktora, a najvažniji među njima su: lične karakteristike migranata, razlozi koji su doveli do migracija, vrsta migracije sa legalnog aspekta, načini kretanja migranta te sezona u kojoj se migracije dešavaju. Svaki od ovih faktora ima svoj značaj i uticaj na nastanak određenih oboljenja i njihovo širenje među migrantskom populacijom, te sa migranata na lokalno stanovništvo i obrnuto. Nastanak oboljenja najviše zavisi od individualnih karakteristika migranata.

Individualne karakteristike migranata su dob, pol, zdravstveno stanje, higijenske i kulturološke navike.

Starosna dob migranata zavisi od vrste migracija, pa su kod ekonomskih migracija migranti radnosposobno stanovništvo, bar u prvoj fazi migriranja. Kod migracija zbog političkih razloga, ili zbog ratova među migrantima se mogu naći osobe svih dobnih grupa, izuzev najstarijih osoba. Nekada migriraju cijelev porodice što je, sa aspekta psihološke podrške znatno lakše već kad migriraju samo pojedini članovi porodice. Poseban problem predstavljaju maloljetni migranti koji nisu u pratnji roditelja ili staratelja. Starosna dob bitno određuje vrstu oboljenja od kojih mogu oboljeti migranti pa je od izuzetne važnosti za planiranje i

provođenje zdravstvene zaštite migranata poznavanje njihovih dobrih grupa.

U novije vrijeme migranti su osobe oba pola, ali je ipak među migrantima više muškaraca već žena.

Migranti su osobe različitog zdravstvenog statusa. To mogu biti zdrave osobe, sa dobrim imunitetom, ali i osobe sa različitim oboljenjima: akutnim, hroničnim, somatskim, psihičkim. Kada se radi o zaraznim oboljenjima važno je pomenuti i mogućnost da su migranti kliconoše te da izbacuju u svoju okolinu uzročnike koji kod drugih, osjetljivih osoba, mogu da dovedu do nastanka oboljenja.

Od izuzetnog je značaja istaći činjenicu da migracije predstavljaju veliki stres za migrante, a što se, takođe, može odraziti na obolijevanje. Tako u početku jak stres djeluje protektivno i mobilizira sve snage u organizmu pa se migranti osjećaju dobro, nekada i bolje već što je to bilo prije migracija. Npr. osobe koje imaju povišen nivo šećera u krvi u početku migracija imaju normalizovane vrijednosti iako terapiju ne uzimaju redovno, a neki čak ne uzimaju nikako.(5)

Međutim, stres može biti veliki problem kod latentnih psihijatrijskih oboljenja i dovesti do ispoljavanja stanja teškog psihičkog poremećaja kakav se ranije toj osobi nije dešavao. Zbog stresa su moguće razne, potpuno neprimjerene radnje koje mogu da završe i fatalno po osobe iz okoline ili po samu oboljelu osobu.

Razlozi migriranja

Obolijevanje migranata je povezano sa razlozima zbog kojih se migracije dešavaju. Najčešće su to: posao, sklapanje braka, spajanje sa porodicom, bjeg od rata ili bjeg od zakona. Migracije zbog posla, sklapanja braka ili spajanja sa porodicom obično djeluju pozitivno na migrante, pa nije izražen uticaj stresa na obolijevanje. Uprkos tome, čak i ove migracije dovode migrante u neke nove okolnosti i izloženost nekim novim, do tada nepoznatim faktorima, a što za

posljedicu ima nastanak oboljenja (3).

Visoki rizik od obolijevanja nose migracije zbog ratova ili bijega od zakona jer su migranti pod jakim sresom i ne znaju šta ih čeka u budućnosti, idu u neizvjesnost.

Načini migriranja sa pravnog aspekta (legalni, ilegalni)

Nastanak oboljenja, ali i pružanje zdravstvene zaštite migrantima zavisi od toga da li su migracije sa pravnog aspekta legalne ili nelegalne.

Legalne migracije (zbog posla, spajanja porodice) ne moraju imati nikakve posljedice po zdravlje migranata. Ove migracije se obavljaju adekvatnim prevoznim sredstvima pa putovanje od zemlje iz koje se migrira u zemlju u koju se migrira traje kratko, često je udobno (npr. putovanje avionom sa porodicom). Ova kategorija migranata zna šta je očekuje u zemlji u koju migrira, najčešće su na konačnoj destinaciji obezbijeđeni i posao i stan.

I pored svih pozitivnih aspekata koji prate legalne migracije, čak i ova kategorija migranata može imati poteškoće u ostvarivanju zdravstvene zaštite, a to se najčešće dešava zbog jezičkih i kulturoloških barijera.

Nelegalne migra imaju veliki uticaj na zdravlje migranata. Najčešće se radi o odlasku od porodice i odlasku u neizvjesnost. Nelegalni (ilegalni) migranti često ne znaju ni kuda idu, odnosno koja je njihova konačna destinacija, već tu odluku donose tokom putovanja. Ilegalni migranti koriste razna prevozna sredstva, a često idu i pješice šumskim putevima kako bi bili daleko od policijskih organa. Njihova putovanja su veoma rizična i izlažu migrante velikom riziku za nastanak različitih oboljenja. Ako ilegalni migrant oboli javlja se problem ostvarivanja zdravstvene zaštite. U prvom redu migranti često nisu informisani o svojim pravima, ne znaju da li imaju pravo na zdravstvenu zaštitu i ako imaju, šta ta zaštita uključuje.

Načini migriranja po vrsti prevoznih sredstva

Načini migriranja zavise od pravnog statusa migranata, ekonomske moći zemlje i ekonomske moći migranata. Uglavnom migracije koriste sva raspoloživa prevozna sredstva: automobile, vozove, brodove. Na žalost, veliki broj ilegalnih migranata pješači.

Način migriranja utiče na obolijevanja migranata po dva kriterija, a to su: dužina putovanja i uslovi u toku putovanja. Što migraciono putovanje duže traje i što su uslovi u toku putovanja lošiji to su migranti više iscrpljeni i postoje veće šanse za nastanak različitih oboljenja.

Uz različita prevozna sredstva se vezuju različiti rizici. Tako je kod prevoza (gumenim) brodovima i čamcima veliki rizik od utapanja. Kod pješčenja je veliki rizik od povrjeđivanja ili raznih vrsta razbojništva i zlostavljanja.

Generalno, migranti su često izloženi raznim vrstama tortura i zlostavljanja, pa često i iznuđivanja seksualnih usluga u zamjenu za prevoz do određene destinacije. (6)

Sezona u kojoj se migracije dešavaju

Migranti su posebno vulnerabilna grupa stanovnika kako za vrijeme migracije, tako i kada se smjeste na određenu destinaciju. Prvi mjeseci života u nekoj novoj zemlji najčešće prolaze u neadekvatnim smještajnim uslovima (prenatranost, improvizovani smještajni objekti), neadekvatnim uslovima za održavanje lične higijene te neadekvatnom ishranom. Zbog toga su sezonske bolesti znatno češće kod migranata u odnosu na lokalno stanovništvo.

Tako u zimskom periodu migranti često obolijevaju od respiratornih oboljenja, u toku ljeta od oboljenja uzrokovanih konzumiranjem kontaminirane hrane. Incidenca virusnog hepatitisa tipa A je znatno veća među migrantima u odnosu na lokalno stanovništvo.

Glavni problemi migracija

Migranti su izloženi raznim vrstama problema i rizika. Za stvaranje minimalnih uslova za život migranata neophodno im je obezbijediti: higijenski ispravnu vodu (za piće, održavanje higijene), dovoljne količine adekvatne hrane, adekvatne smještajne uslove, odjeću i obuću prilagođenu uslovima u zemlji u koju su imigrirali. Takođe je veoma važno dati im informacije o pravima pristupa zdravstvenoj zaštiti i obezbijediti im (bez jezičkih barijera) osnovni set medicinskih usluga.

Najčešća oboljenja migranata

Kod migranata se, kao i u ostaloj populaciji javljaju nezarazna i zarazna oboljenja. Što se tiče obolijevanja od masovnih nezaraznih oboljenja, ona su ista kao i kod stacionarnog stanovništva. Ipak postoje određene razlike u javljanju zaraznih oboljenja i ona su češća kod migranata u odnosu na lokalno stanovništvo. (7,8)

Najčešće zarazne bolesti kod migranata su one koje se prenose vodom i hranom, zatim respiratorna oboljenja među kojim je posebno važna TB zbog iscrpljenosti. Sljedeća kategorija su parazitarne bolesti, u prvom redu scabies i vašljivost koje se javljaju u prenatranom smještaju. Zbog čestog povrjeđivanja, ali i zlostavljanja migranti obolijevaju od oboljenja koje se prenose krvlju (VHB, VHC) te od polno prenosivih bolesti (VHB, HIV, sifilis, gonoreja). (8)

Posljednjih godina se ukazuje na sve veći značaj koinfekcije HIV-a i tuberkuloze, a iz razloga iscrpljenosti i loše ishrane migranata. (9,10)

Zavisno od razvijenosti i zdravstvenih programa u zemljama iz kojih migranti dolaze postoji rizik da neki migranti nisu vakcinisani. (11)

Većina migranata nema svoju zdravstvenu legitimaciju pa je njihov vakcinalni status nepoznat. Iz ovih razloga migranti su u riziku obolijevanja od vakcino-preventabilnih oboljenja, a postoji i rizik od

prenošenju ovih oboljenja na neimunizirano lokalno stanovništvo. (12,13)

Uticaj migracija na zdravlje lokalnog stanovništva

Migracije su javnozdravstveni problem, zbog obolijevanja velikog broja ljudi, migranata, ali i lokalnog stanovništva. Migranti iz svojih zemalja ili iz zemalja na putu tranzita unose nove agense u zemlju domaćina. Ti agensi su često nepoznati lokalnom stanovništvu i kod Migranti značajno povećaju broja ljudi na određenim lokalitetima, što uzrokuje prenatrpanost i sva oboljenja koja uz prenatrpanost idu. Svako područje planira i razvija svoje servise, uključujući i zdravstveni u skladu sa potrebama stanovništva. Dolaskom migranata (često velikog broja) dolazi do naglog preopterećenja servisa. Sa aspekta zdravstva to znači znatno veći broj zahtjeva za zdravstvenim uslugama, znatno veće potrebe za svim vrstama resursa (kadra, opreme, reagensa, lijekova). Većina zajednica nije u stanju dugo pružati znatno veći broj usluga jer se iscrpljuju i troše sve vrste resursa pa se ne može potrebna zdravstvena zaštita pružiti ne samo migrantima, već ni lokalnom stanovništvu koje ima zdravstveno osiguranje. (2,14)

ZAKLJUČAK

Migracije su sve masovnija kretanja stanovništva i gotovo da nema zemlje na svijetu koja na neki način nije pogođena ovim društvenim fenomenom. Sa aspekta zaštite zdravlja migranata, ali i cjelokupnog stanovništva neophodan je globalni pristup javnom zdravlju. Od velikog značaja je jačanje globalnog javnozdravstvenog sistema i uvezivanje informacija iz zemlje porijekla, zemalja tranzita i zemlje domaćina. Takođe je važno jačanje mehanizama za nadzor nad bolestima i uspostavljanje brzog odgovor na pojavu epidemija. Treba težiti jačanju zdravstvenih sistema i njihovom osposobljavanju da se omogući migrantima pristup zdravstvenim sistemima

na svim nivoima.

LITERATURA

- [1] UNHCR global trends: forced displacement 2014; ward at war. Geneva: United Nations High Commission for Refugees; 2015- http://www.unhcr.org/2014_trends
- [2] Heywood AE, Lopez-Velez R. Reducing infectious disease inequities among migrants. J Travel Med. 2018 nov 22 doi:10.1093
- [3] Kentikelenis A, Karanikolos M et all. How to economic crises affect migrants risk of infectious disease? A systematic – narrative review. Eur J Public Health 2015 Aug 28
- [4] Oyeboode O, Pape UJ et all. Rural, urban and migrant differences in non-communicable disease risk-factors in middle income countries: a cross-sectional study of WHO-SAGE data. PloS One 2015 Apr 7; 10(4)
- [5] Eikemo TA, Gkiouleka et all. Non-communicable diseases in Greece: inequality, gender and migration. Eur J Public Health 2018. Dec 1; 28(suppl_5):38-47 doi:10.
- [6] Cuomo G, Franconi I at all. Migration and health: A retrospective study about the prevalence of HBV, HIV, HCV, tuberculosis and syphilis infections amongst newly arrived migrants screened at the Infectious Diseases Unit of Modena, Italy. J Infect Public Health 2018 Oct. Pii.S1876-034(18)30155-2Castelli F, Sulis G. Migration and infectious diseases. Clin Microbiol Infect 2017. May; 23(5):283-289
- [7] Silvestre E, Weiner R, Hutchinson p. Behaviour change communication and mobile populations: the evaluation of a cross-border HIV/AIDS communication strategy amongst migrants from Swaziland. AIDS Care 2015. Sept 2:1-7
- [8] Cuomo G, Franconi I at all. Migration and health: A retrospective study about the prevalence of HBV, HIV, HCV,

- tuberculosis and syphilis infections amongst newly arrived migrants screened at the Infectious Diseases Unit of Modena, Italy. *J Infect Public Health* 2018 Oct. Pii.S1876-034(18)30155-2
- [9] Silvestre E, Weiner R, Hutchinson P. Behavior change communication and mobile populations: the evaluation of a cross-border HIV/AIDS communication strategy amongst migrants from Swaziland. *AIDS Care*, 2015 Sept 2: 1-7
- [10] Castelli F, Sulis G. Migration and infectious diseases. *Clin Microbiol Infect* 2017 May; 23(5):283-289
- [11] Gialbi C, Del Manso M et al. Immunization Strategies Targeting Newly Arrived Migrants in Non EU Countries of the Mediterranean Basin and Black sea. *Int.J Environ Res Public Health* 2017 Apr. 25; 14(5)
- [12] Ravensbergen SJ, Nellums LB et al. National approaches to the vaccination of recently arrived migrants in Europe: A comparative policy analysis across 32 European countries. *Travel Med Infect* Dic 2018. pii S1477-8939(18)30366-1
- [13] Mipatrini D, Stefanelli P, Rezza G. Vaccinations in migrants and refugees: a challenge for European health systems. A systematic review of current scientific evidence. *Pathog Glob Health* 2017 Mar; 111(2):59-68
- [14] WHO. Migrant health 2008. http://www.who.int/hac/techguidance/health_of_migrants/en/

CONFLICT SITUATION MANAGEMENT IN NURSING CLINICAL PRACTICE

UPRAVLJANJE KONFLIKTNIM SITUACIJAMA U MESTINSKOJ KLINIČKOJ PRAKSI

Sadeta Begić¹

Amer Ovčina^{1,2}

Anela Džananović²

SAŽETAK

Uvod: Konflikti su socijalna pojava i javljaju se u svim organizacijama gdje djeluju ljudi. Tako su neizbježni i među medicinskim sestrama -tehničarima, jer posao koji obavljaju je vrlo odgovoran i stresan. Nerijetki su i konflikti lične prirode, a produkovani su intimiziranjem u toku rada. Metodologija: Istraživanje je provedeno među 146 medicinskih sestara-tehničara zaposlenih u Kliničkom centru Univerziteta u Sarajevu. Istraživanje je deskriptivno, analitičko i komparativno. Kao instrument za istraživanje korišten je originalni autorski upitnik koji je kreiran na osnovu pregleda naučne i stručne literature, te dokaza iz prakse. Cilj rada je utvrditi konfliktne situacije u sestrinskoj kliničkoj praksi koje se odnose na nezadovoljstvo medicinskih sestara uslovima rada, nedostatkom motivacijskih tehnika, lošom komunikacijom u timu i odnosima nadređeni-podređeni.

Rezultati: Većina ispitanika navodi da su konfliktne situacije kratkotrajne i da ne utiču na process rada. Ispitanici su istakli da su najčešći uzroci konflikta: loši komunikacijski odnosi i lični prezir kolega/ica (71 ili 48,6%), , kršenje radnih propisa i neizvršavanja radnih obaveza (68 ili 46,6%), razlika u stepenu obrazovanja (39). ili 26,7%) i sl. Najčešći način koji medicinske sestre-tehničari koriste kako bi riješili konflikte jeste razmjena informacija kako bi došli do zajedničke odluke i pregovaranje i traženje kompromisa. Zaključci: Konflikti se

manifestuju u obliku negativnih emocija, pa u tom smislu mogu ostaviti značajne negativne posljedice, a manje pridonijeti poboljšanju ili pozitivno uticati na radnu sredinu. Komunikacijski sukobi između medicinskih sestara štetni su za timski rad – sučeljavanje jedne strane s drugom na negativan način, često otkrivanje ljutnje, duža šutnja ili lično isticanje na račun druge strane.

Ključne riječi: menadžment, konfliktne situacije, medicinske sestre, klinička praksa.

SUMMARY

Introduction: Conflicts are a social phenomenon and occur in all organizations where people work. So, they are inevitable even among nurses, because the work they do is very responsible and stressful. Conflicts of a personal nature are not uncommon, and they are produced by intimacy during work. Methodology: The study was conducted among 146 nurses employed at the Clinical Center of the University of Sarajevo. The study is descriptive, analytical and comparative. The original author's questionnaire created on the basis of professional and scientific literature was used as a study instrument. The goal of the study is to determine are the conflict situations in nursing clinical practice related to the dissatisfaction of nurses with working conditions, lack of motivational techniques, poor communication in the team and superior-subordinate relations. Results: Most respondents state that

¹ - Klinički centar Univerziteta u Sarajevu

² - Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku

conflict situations are short-lived and do not affect work. Respondents pointed out that the most common causes of conflict are: poor communication relations and personal contempt of colleagues (71 or 48.6%), violations of labor regulations and non-performance of work obligations (68 or 46.6%), differences in education (39 or 26.7%) etc. The most common manner which nurses use to resolve conflicts is to exchange information in order to reach a joint decision, to negotiate and seek compromises. Conclusions: Conflicts are manifested in the form of negative emotions, so in this regard they can leave significant negative consequences, and contribute less to improvement or have a positive effect in the work environment. Communication conflicts between nurses are detrimental to teamwork - confronting one side with the other in a negative manner, often revealing anger, having longer silence, or personally standing out at the expense of the other side.

Keywords: management, conflict situations, nurses, clinical practice.

INTRODUCTION

Conflicts are a very important social phenomenon. They occur not only in organizations but also in other social systems: in society, family, social strata, etc. Their influence on the behavior of people in organizations has long brought them to the center of study by management theorists and practitioners.¹

Conflicts can be different. They can be productive, functional conflicts, which arise as a confrontation of different attitudes and solutions to problems and that lead to better solutions. They, on the other hand, can also be dysfunctional, negative conflicts that block actions, cause quarrels and interrupt communications. What kind of conflicts will arise as a result of interactions in the

organization and what consequences they will produce for the organization, depends mostly on the ability of managers to manage these conflicts. That is why it is most important that managers know the sources, effects of the type and methods of conflict management.²

Conflicts in the organization can arise for several reasons.²

Conflicts differ on several grounds, so they can be classified in several ways. Depending on the level at which they occur, conflicts can be: intrapersonal, role conflicts, interpersonal, intergroup and interorganizational. Organizational sources of conflict are certain characteristics of the organizational structure and system that create favorable conditions for conflicts between employees. Intrapersonal conflicts are caused by the conflict of motives, goals and possibilities of their satisfaction, i.e., when an individual faces a certain obstacle on the way to achieving the goal. These conflicts are related to the psychological being and its internal processes in which emotions, experiences and perceptions are formed. The occurrence of intrapersonal conflict is manifested in the form of psychological consequences such as: apathy, frustration, anxiety, confinement, and physical consequences, such as: fatigue, aggression, alienation, etc. Interpersonal conflicts occur between individuals within the same or different groups that interact. According to the modern attitude about conflicts, they have both positive and negative effects on the organization.^{2,3}

The negative effects of the conflict disrupt the normal functioning of the company. They emphasize emotions instead of reason when making decisions, divert attention from organizational to personal goals, and cause psychological problems. Positive conflicts stimulate critical analysis, motivate people and are often a sign of organizational change.

1 Božac, M.G., Angeleski, I. Menadžment konflikta: razmatranje teoretske paradigme i makrostrateškog pristupa. Prethodno priopćenje. 2008.

2 Nikolić, V. Konflikti u organizaciji. Magistarski rad. Ekonomski fakultet Zagreb. 2001.

3 Čaušević, R. Psihološke osnove i prevencija traume. TDP. Sarajevo. 2021.

How an individual will behave in a conflict depends on the extent to which he seeks to respect the interests of others (integration) and the extent to which he seeks to respect his own interests (distribution). There are several methods for resolving conflicts, such as: imposing a common goal, compromise, negotiating, smoothing, avoiding, coercion, voting, interactive problem solving. There are also methods for inciting conflict: introducing a new member of the organization, reducing formalization, competition, restructuring, manipulation of information.^{4,5}

In situations of stress and conflict, a person's reaction, behavior and overall functioning are significantly changed. If the manager cannot successfully respond to the demands of the job, conflicts will make him dissatisfied, there will be difficulties in making decisions, in concentration, decreased motivation, loss of enthusiasm.⁶

Conflicts are not only inevitable in organizations, but they are also a need of every organization, one of the most important issues that arises in connection with conflicts is related to the way of conflict management. The effectiveness of the organization will depend on the way conflicts are managed and the success in conflict management.

However, if the manager manages to find constructive ways to deal with conflicts at work, he can in these situations achieve emotional growth and strengthening, increase motivation and interest, achieve greater performance, shift and results at work.⁷

Authors Miroslav Žugaj, Jusuf Šehanović and Marijan Cingula see three possible types of

conflicts in the organization. Three types of conflicts in an organization are: intrapersonal or internal conflicts, interpersonal or interpersonal conflicts, and intergroup or intergroup conflicts.⁸

Interpersonal conflict is the most common type of conflict. It is a conflict between two or more participants in the same organization. People interact to achieve certain results or achieve goals, which can cause conflict. The most common causes of this type of conflict are: competition for scarce resources, embedded conflicts, and differences in values and goals. The allocation of limited resources causes conflict because one party or person will not get everything they want because of limited resources. The values and goals of the people in the organization may be different, but if people belittle the values and goals of other people it leads to many conflicts.

By organizational conflicts we mean "disagreement between two or more members of an organization or group that arises due to the fact that they share rare resources, work tasks, have different goals, attitudes or perceptions." Conflict refers to a situation in which an individual or organizational units work against each other instead of with each other. Another definition of conflict says that it is "a process that begins when one party perceives that the other is taking or intends to take action that endangers its interests."^{9,10}

METHODOLOGY

The study was conducted among 146 nurses employed at the Clinical Center of the University of Sarajevo. The study process was attended by nurses who deal with the organization of health care and management of nurses in work processes, and nurses who exclusively implement the process of

4 Krizmanović, I. Konflikti i načini njihova rješavanja u organizacijama. Završni rad. Veleučilište u Karlovcu. Poslovni odjel. Karlovac. 2016.

5 Sikavica, P., Novak, M. Poslovna organizacija. Informator. Zagreb. 1999.

6 Žuhaj, M., Šehanović, J., Cingula, M. Organizacija. Tiskara Varaždin. Varaždin. 2004.

7 Gonan, B.M., Rupčić, N., Angleski, I. Transformacija menadžmenta konflikta prema procesu upravljanja odnosima: primjer akademske zajednice. Entrepreneurial Society: Current Trends and Future Prospects in Entrepreneurship, Organization and Management. 2015.

8 Novak, M. Uloga konflikata u poslovanju i organizaciji poduzeća. Ekonomski pregled. Zagreb. 1993.

9 Bravar, L. Menadžment konflikata. Završni rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Fakultet ekonomije i turizma. Pula. 2019.

10 Brčić, R., Maldbašić, I., Đukes, S. Uloga i ponašanje zaposlenika u kriznom menadžmentu. Ekonomski preglednik. Zagreb. 2013.

health care. The selection of respondents was done by random selection. The study was conducted in the period 01.09.2020.-01.10.2020.

The study is descriptive, analytical and comparative. Methods of induction, deduction, compilation were used as study methods. The original author's questionnaire was used as a study instrument, which was created on the basis of a review of scientific and professional literature, as well as evidence from practice. The survey questionnaire was anonymous and it is not possible to determine the identity of the respondents from the answers received. The questionnaire was created in the electronic program "Google forms" and was distributed to respondents electronically, to personal e-mail or e-mail of the Organizational Unit. The results are presented in tables and graphs over the number of cases, percentage, arithmetic mean with standard deviation, standard error of the arithmetic mean and range of values. To test possible differences between the examined groups of institutions, the chi-square test, Fisher's exact test, Student's t test was used, and to test the influence of all parameters on the variable indicators of leadership styles, Spearman's correlation rank test. The level of statistical significance was set at 95% or with $p < 0.05$. The analysis was conducted using the IBM Statistics SPSS v 23.0 sociological study package.

The goal of the study is to determine are the conflict situations in nursing clinical practice related to the dissatisfaction of nurses with working conditions, lack of motivational techniques, poor communication in the team and superior-subordinate relations.

RESULTS

The study was conducted among 146 nurses employed at the Clinical Center of the University of Sarajevo. The study process was attended by nurses who deal with the organization of health care and management of nurses in work processes, and nurses

who exclusively implement the process of health care. The selection of respondents was done by random selection. The study was conducted in the period 01.09.2020.-01.10.2020.

Table 1. Sociodemographic characteristics

Variable		N	%
Gender	Male	23	15,8
	Female	123	84,2
Age	18-25 years	1	0,7
	26-36 years	19	13,0
	37-45 years	69	47,3
	46-55 years	35	24,0
	56-65 years	22	15,1
Living conditions	I live alone	10	6,8
	I live with parents	14	9,6
	I live with my spouse	26	17,8
	I live with my spouse and children	87	59,6
	Single parent	9	6,2
Education	High school education	68	46,6
	University degree	11	7,5
	Higher education	51	34,9
	Master, Doctor of Science	16	11,0
Profession	Chief nurse-technician of the institution	14	9,6
	Chief Nurse-Technician of the Department	44	30,1
	Nurse-technician	88	60,3

The sample of 146 female nurses shows that there are more female respondents in the sample, 84.2%, compared to 15.8% of male respondents.

When it comes to age structure, most respondents were between 37-45 years of age, then between 46-55 years, and respondents between 56-65 years. A smaller number of respondents were between 26-36 years of age, and only one respondent was aged 18-25 years.

When we talk about the family status of the respondents and the number of children, the largest number of respondents live with a spouse and two children.

According to the results of the analysis of education, most respondents have a high school diploma, a total of 68 or 46.6%, followed by a higher education 51 or 34.9%, followed by masters and doctors of science 16 or 11.0%, and the least respondents with a university degree 11 or 7.5%.

According to the analysis of functions in the workplace, most of the respondents had the function of a nurse-technician, as many as 88 of them, and the least of the head nurses of the institution, 14 of them.

Considering the years of work experience, most respondents work over 20 years, even 30 years.

The analysis of the results showed that the majority of respondents are satisfied with their jobs, others are partially satisfied, and 10 of them are not satisfied with their jobs. Half of the respondents, 50% of the above 146 works effectively 8 hours a day, while 2 respondents stated that they work 4 hours a day.

Table 2. Conflicts and solutions

Variable		N	%
Frequency of conflicts	Extremely rare	78	53,4
	They occur occasionally	62	42,5
	They are very frequent and affect working relationships	6	4,1
Source of conflict	Unclear division of labor and poor organization	46	31,5
	Unjustified waste	8	5,5
	Disagreements in work processes	39	26,7
	Arrogant leadership	6	4,1
	Insufficient control in work	8	5,5
	Interpersonal conflicts between old and new employees	30	20,5
	Personal interests of employees	61	41,8
The most common ways to resolve conflict	I have my own position and I do not deviate from that	27	18,5
	I act according to other people's expectations and give in to desires	2	1,4
	I keep the conflict to myself to avoid problems	15	10,3
	I exchange information to come to a joint decision	58	39,7
	I negotiate and seek a compromise	44	30,1

The main part of the paper, which deals with the presence of conflicts in the workplace between nurses, we conclude that most respondents believe that conflicts of any kind are extremely rare or occasional, while a smaller number say that conflicts are frequent. The most common sources of these conflicts are personal interests of employees, unclear division of labor and poor organization, as well as disagreements in work processes and conflicts between new and old employees. Slightly rarer sources of conflict are arrogant leadership, unjustified waste, and lack

The most common reasons for the conflict are:

- Poor communication relations and personal contempt of colleagues (71 or

48.6%),

- Violation of labor regulations and non-performance of work obligations (68 or 46.6%),
- Difference in level of education (39 or 26.7%),
- Personal progress in the profession (26 or 17.8%),
- Privileged position in the organization (25 or 17.1%).

The most common way nurses use to resolve conflicts is to share information in order to reach a joint decision and to negotiate and seek compromises. Somewhat less often they act authoritatively and do not deviate from their position, and much less often they act according to other people's expectations.

Table 3. Comparison of satisfaction

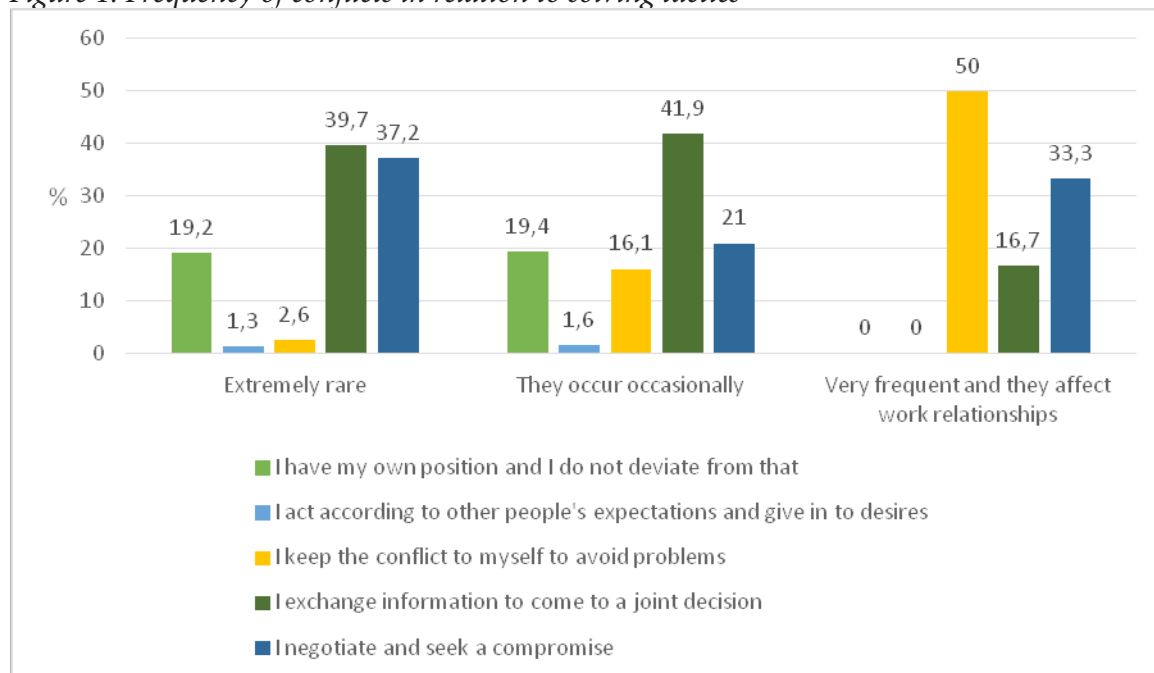
Variable	Frequency of conflicts	M±SD	r	p
Equipment of the organizational unit	Extremely rare	3,9±1,1	-0,272	0,003
	They occur occasionally	3,3±1,2		
	Very frequent	3,3±1,0		
The relationship of subordinates and superiors	Extremely rare	4,18±1,00	-0,404	0,001
	They occur occasionally	3,40±1,26		
	Very frequent	2,00±1,10		
Quality of the working environment	Extremely rare	4,29±0,85	-0,529	0,0001
	They occur occasionally	3,27±1,09		
	Very frequent	2,50±1,22		
Monthly income	Extremely rare	3,74±1,16	-0,305	0,001
	They occur occasionally	3,18±1,23		
	Very frequent	2,17±1,47		

The degree of satisfaction with certain aspects of equipment and working conditions was rated on a scale of 1-5 where 1 indicates complete dissatisfaction, to 5 which indicates complete satisfaction with a particular aspect.

The analysis was performed by calculating the average grade and comparing it based

on the frequency of conflict situations in the workplace. The negative correlation with the prevalence of conflict is shown by the degree of satisfaction with technical equipment, the relationship between superiors and subordinates, teamwork, the quality of the working environment, the amount of monthly income.

Figure 1. Frequency of conflicts in relation to solving tactics



When analyzing the assessment of the prevalence of conflict in relation to ways of resolving conflict, there is a statistically significant impact on the frequency of conflicts in the sense that positive ways of resolving information and negotiating compromises contribute to reducing their frequency. There was also a statistically significant difference in assessing the prevalence of conflict compared to assessing the effect of conflict at work, in the sense that respondents who rate the frequency of conflict as rare, or as occasional consider conflicts short-lived and no longer lasting, but those they often think that they disrupt interpersonal relationships and last longer.

Jurić, M. (2018) in his paper on "Interpersonal relationships in the nursing profession", states that good communication is the foundation of interpersonal relationships both between nurses and in any other business profession.

¹¹

Authors Brestovački, Milutinović, Cigić, Grujić and Simin (2011) studied the topic "Conflicting styles of doctors and nurses in health care organizations". The dominant style of conflict management, especially among nurses, is the style of adjustment. It should be emphasized that no one has an exclusive style of behavior in conflict situations. What style of behavior we have in a conflict depends on the current situation, life experience, habits, and the previous relationship with that person.¹²

Nurses show a desire to maintain good interpersonal relationships despite their goals and needs. Another style they use to resolve conflict is compromise.

The author Kolundžić (2017) in her work "Moral distress of nurses" points out that non-recognition of one's own moral distress can be manifested by blaming younger colleagues for not working effectively enough, which can contribute to the development of

¹¹ Jurić, M. Međuljudski odnosi u sestrinskoj profesiji. Završni rad. Sveučilište Sjever. Varaždin. 2018.

¹² Brestovački, B., Milutinović, D., Cigić, T., Grujić, V., Simin, D. Konfliktne stilove lekara i medicinskih sestara u zdravstvenoj organizaciji. Originalni naučni rad. Novi Sad. 2011.

conflict.¹³

Therefore, it is important that senior nurses need to be educated about the importance of the problem, recognizing it, and taking preventative measures.

Also, the author Kolundžić (2008) investigated what are the techniques for resolving conflicts between nurses. The study came to the conclusion that the most commonly used techniques for resolving nurses' conflicts are cooperation and compromise. Collaboration is the only technique that is significantly related to age and seniority. By comparison with education, cooperation is more common among the more educated, and avoidance in the less educated. By comparison to a managerial position, cooperation and competition are more common in nurses in managerial positions, and avoidance and adjustment in nurses who are not in managerial positions. Successful conflict management is the identification of initial indicators of conflict and the application of appropriate techniques and conflict resolution depending on the type of conflict situation and circumstances, the time available and the urgency of resolving the problem.¹⁴

CONCLUSION

This study showed that nurses know the sources of conflict in the work environment and that these sources are related to poor communication in the team, dissatisfaction with working conditions and lack of motivation. A comparison of opinions and attitudes indicates that most respondents believe that conflicts of any kind are extremely rare, or that they occur occasionally, while a smaller number say that conflicts are frequent.

Nurses cite different sources that lead to conflict, and have different attitudes to

¹³ Kolundžić, S. Moralni distress medicinskih sestara. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu. Medicinski fakultet. Zagreb. 2017.

¹⁴ Kolundžić, S. Tehnike rješavanja sukoba medicinskih sestara. KB Merkur. Opatija. 2008.

resolve conflict situations. It is also important to point out that conflicts of situation in nursing clinical practice are related to nurses' dissatisfaction with working conditions, lack of motivational techniques, and superior-subordinate relationships.

The most common way nurses use to resolve conflicts is to exchange information in order to reach a joint decision, as well as to negotiate and seek compromises.

The study also pointed out that the frequency of conflict situations in the workplace has a negative impact on the level of satisfaction with certain aspects of equipment and working conditions, such as technical equipment, relationship between superiors and subordinates, teamwork, quality of work environment and monthly income.

Conflicts are manifested in the form of negative emotions, so in this regard they can leave significant negative consequences, and contribute less to improvement or have a positive effect in the work environment. If an adequate solution to the conflict is not found in time, the conflict is silent and threatens a latent form until a new conflict. Communication conflicts between nurse technicians are detrimental to teamwork - confronting one side with the other in a negative way, often revealing anger, having longer silence, or personally standing out at the expense of the other side.

REFERENCES

- [1] Božac, M.G., Angeleski, I. Menadžment konflikta: razmatranje teoretske paradigme i makrostrateškog pristupa. Prethodno priopćenje. 2008.
- [2] Bravar, L. Menadžment konflikata. Završni rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Fakultet ekonomije i turizma. Pula. 2019.
- [3] Brčić, R., Maldbašić, I., Đukes, S. Uloga i ponašanje zaposlenika u kriznom menadžmentu. Ekonomski preglednik. Zagreb. 2013.
- [4] Brestovački, B., Milutinović, D., Cigić, T., Grujić, V., Simin, D. Konfliktne stilovi lekara i medicinskih sestara u zdravstvenoj organizaciji. Originalni naučni rad. Novi Sad. 2011.
- [5] Čaušević, R. Psihološke osnove i prevencija traume. TDP. Sarajevo. 2021.
- [6] Gonan, B.M., Rupčić, N., Angeleski, I. Transformacija menadžmenta konflikta prema procesu upravljanja odnosima: primjer akademske zajednice. Entrepreneurial Society: Current Trends and Future Prospects in Entrepreneurship, Organization and Management. 2015.
- [7] Jurić, M. Međuljudski odnosi u sestrinskoj profesiji. Završni rad. Sveučilište Sjever. Varaždin. 2018.
- [8] Kolundžić, S. Moralni distress medicinskih sestara. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu. Medicinski fakultet. Zagreb. 2017.
- [9] Kolundžić, S. Tehnike rješavanja sukoba medicinskih sestara. KB Merkur. Opatija. 2008.
- [10] Krizmanović, I. Konflikti i načini njihova rješavanja u organizacijama. Završni rad. Veleučilište u Karlovcu. Poslovni odjel. Karlovac. 2016.
- [11] Nikolić, V. Konflikti u organizaciji. Magistarski rad. Ekonomski fakultet Zagreb. 2001.
- [12] Novak, M. Uloga konflikata u poslovanju i organizaciji poduzeća. Ekonomski pregled. Zagreb. 1993.
- [13] Sikavica, P., Novak, M. Poslovna organizacija. Informator. Zagreb. 1999.
- [14] Žuhaj, M., Šehanović, J., Cingula, M. Organizacija. Tiskara Varaždin. Varaždin. 2004.

IZNAJMLJIVANJE OPREME KAO MODERNI PRISTUP FINANSIRANJA RADOVA U DRVNOJ INDUSTRIJI

RENTING EQUIPMENT AS A MODERN ACCESS TO FINANCIALLY SUPPORT THE WOOD INDUSTRY

Damir Muhić

SAŽETAK

Iznajmljivanje opreme predstavlja oblik finansiranja nabavke mehanizacije i opreme, koja se na osnovu posebno sačinjenog ugovora, daju na korištenje korisnicima iste. Danas, uzimanje opreme u najam, kao savremen i fleksibilan oblik finansiranja direktno utiče na intenzitet poslovnih aktivnosti, posebno u industriji prerade drveta. Kompanije, koje se bave preradom drveta, čija se strategija zasniva na istupu na međunarodno tržište sve više koriste najam opreme, kako bi ispunile svoje ciljeve.

U procesu izvlačenja drvnih sortimenata i prerade istih, predmeti najma su uglavnom visokovrijedna oprema, koja se korisnic u te svrhe, a koju drvoprerađivači iz raznih razloga nisu u stanju nabaviti. To su građevinske mašine, ili mehanizacija koja se koristi u pojedinim slučajevima, a skupa je za nabavku.

Poznato je da su troškovi izvlačenja drvnih sortimenata veoma visoki i da je ponekad neophodno imati skupu opremu. To je veoma čest razlog da preduzeća koja se bave preradom drveta, češće uzimaju u najam neophodnu opremu, nego da je kupuju. Prema tome, rastući troškovi kod poslova na izvlačenje pojedinih drvnih sortimenata, doveli su do potrebe iznalaženja jednostavnijih oblika finansiranja ovakvih projekata. Najam opreme, kao elastičan i jednostavan oblik finansiranja, zbog svojih finansijskih prednosti nad konkurentnim oblicima finansiranja, postaje značajan oblik finansiranja posebno poslova u drвноj industriji. Upravo zbog potrebe finansiranja pojedinih radova, na jedan elastičniji način,

pojavljuju se specijalizovane kompanije, koje nabavljaju predmete najma za potrebe svojih klijenata. Pod predmetima najma podrazumijevaju se pokretne (građevinske mašine, kamioni, oprema i sl.) koje specijalizovane kompanije kupuju u ime primaoca opreme u najam, te iste daje u najam preduzećima kojima je ta oprema neophodna.

Ključne riječi: najam, oprema, finansiranje pojedinih radova, smanjenje troškova.

ABSTRACT

Rental of equipment is a form of financing the purchase of machinery and equipment, which based on a specially made contract, are given for use to its users. Today, renting equipment, as a modern and flexible form of financing, directly affects the intensity of business activities, especially in the wood processing industry. Wood processing companies, whose strategy is based on entering the international market, are increasingly using equipment rental to meet their goals. In the process of extracting wood assortments and processing them, the leased items are mostly high-value items that users, for various reasons, are unable to obtain. These are construction machines or mechanization that are used in some cases and are expensive to purchase. It is known that the costs of extracting wood assortments are very high and that it is sometimes necessary to have expensive equipment. This is a very common reason that companies engaged in wood recycling are more likely to rent the necessary equipment

than to buy it. Therefore, the growing costs of extracting certain wood assortments have led to the need to find simpler forms of financing such projects. Equipment rental, as an elastic and simple form of financing, due to its financial advantages over competitive forms of financing, is becoming a significant form of financing, especially in the wood industry. Precisely because of the need to finance certain works, more elastically, specialized companies appear, which procure rental items for the needs of their clients. Leased items are movables (construction machinery, trucks, equipment, etc.) that specialized companies buy on behalf of the recipient of equipment for rent, and rent them to companies that need that equipment.

Keywords: rent, equipment, financing of individual works, cost reduction.

UVOD

Prelazak sa manufakturne na industrijsku proizvodnju postavio je pred proizvođače problem racionalnije organizacije proizvodnje, kao i primjenu nove tehničke podjele rada. Iskustvo i vještina pojedinaca nisu više dovoljni za uspješno organizovanje proizvodnje u velikim proizvodnim organizacijama. Javlja se potreba za zasebnom disciplinom koja će na naučnoj osnovi razraditi sisteme i sopstvene metode rada. Naziv „naučna organizacija rada”¹ prvi je u nauku uveo Frederick Taylor (Frederik Tejlor), američki naučnik, inženjer i praktičar, koji se smatra osnivačem naučne organizacije rada. Taylor je posebno istraživao proizvodnju, rukovođenje, normiranje, racionalizaciju i podjelu rada. Oslanjao se na naučna dostignuća, uvodi naučne metode rada i timski rad u rješavanje proizvodnih zadataka. Henry Fayol (Anri Fajol), francuski naučnik, praktičar i teoretičar, bavio se problemom jedinstva naređivanja, discipline i uprave.

1 Frederick Taylor (Frederik Tejlor), američki naučnik, inženjer i praktičar, koji se smatra osnivačem naučne organizacije rada

Naročito naglašava značaj administracije za uspješno poslovanje. Harrington Emerson (Harington Emerson), američki naučnik, proučava načine kako eliminisati gubitke u proizvodnji i organizaciju velikih proizvodnih sistema.

Značaj i zasluge začetnika naučne organizacije rada su velike, ali prilikom primjene njihovih principa treba uvijek imati na umu vrijeme u kome su oni živjeli i stepen razvijenosti proizvodnih snaga. Tražili su organizaciona rješenja koja će omogućiti maksimalnu dobit, često zanemarujući čovjeka kao osnovnog nosioca proizvodnje. Da bi čovjek mogao zadovoljiti svoje potrebe, mora i proizvoditi, a za određene poslove u proizvodnji neophodna je i određene oprema, koja je i veoma skupa. Da se nebi izlagali trošku kupovine skupe opreme, većina proizvođača, a posebno proizvođači u drvoprerađivačkoj industriji pribjegavaju uzimanju opreme u najam. Na taj način, obezbijede potrebnu opremu i smanje troškove poslovanja.

Uzimanjem opreme u najam, postižu se dva cilja. Prvi je niži troškovi poslovanja, a drugi neprekidan proces u proizvodnji drvnih sentimentata. U protivnom, bez angažovanja savremene opreme, mnoga preduzeća bi zaostajala u proizvodnom procesu, a posljedice zastoja u proizvodnji su mnogobrojne, kao ekonomske krize, nezaposlenost, štrajkovi i dr. Zato se slobodno može reći, proizvodnja je uslov opstanka ljudskog roda.

NAJAM OPREME KAO INSTRUMENT RAZVOJNE STRATEGIJE DRVOPRERAĐIVAČA

Da bi se na svrsishodan način, mogla dati interpretacija uloge uzimanje opreme u najam, kao modernom pristupu finansiranja pojedinih poslovnih aktivnosti, potrebno je prvo navesti neke opšte determinante koje su vezane za bilo koje investiranje. Jedna od njih je da svako investiranje podrazumijeva i finansijsko ulaganje koje treba da se zasniva na ekonomskoj korisnosti, odnosno dobiti od

ulaganja. Osim ekonomske koristi izražene u finansijskom rezultatu preduzeća iz oblasti drvoprerađivača na taj način ostvaruje i druge koristi koje mogu biti važan kriterij za finansijska ulaganja. Dodatne koristi se najčešće odnose na²:

- povećanje produktivnosti rada,
- smanjivanje troškova poslovanja,
- sigurnost nabavke i dopreme sirovina i materijala,
- usavršavanje postojećih osnovnih sredstava,
- podizanje kvaliteta asortimana na viši nivo od postojećeg,
- povećanje obima i strukture obrtnih sredstava,
- smanjenje stepena zavisnosti proizvodnog procesa od uvoznih sirovina i repromaterijala,
- veći stepen izvoza gotovih proizvoda,
- ostvarivanje većeg stepena zaposlenosti,
- eliminisanje uskih grla u proizvodnom procesu,
- funkcionalnu povezanost nabavne, proizvodne, prodajne, finansijske i razvojne funkcije u preduzeću.

Prilikom ulaganja kapitala, preduzeća treba posebno da vode računa o atraktivnosti dotične industrijske grane ili privredne djelatnosti u koju se investira. Poželjne karakteristike industrijske grane, odnosno privredne djelatnosti obuhvataju, osim toga da se proizvodnja treba nalaziti u uzlaznoj fazi tržišnog ciklusa i postojanje mehanizma kontrole ulaza novih preduzeća u dotičnu privrednu granu, te drugih zaštitnih mehanizama kao što su: patent, privremena monopolska snaga i/ili oligopolsko određivanje cijena u situaciji kada svi konkurenti ostvaruju dobit. Konkurentna prednost ogleda se u relativnom položaju preduzeća unutar privredne grane. Ako se preduzeće bavi sa više privrednih djelatnosti, konkurentna prednost treba da se vrjednuje po privrednim granama. Konkurentna

prednost se smanjuje sa povećanjem konkurencije u privrednoj grani. Privlačnost privredne grane i konkurentna prednost su, dakle, osnovni izvori stvaranja vrijednosti. Što su ta dva uslova povoljnija, to je veća vjerovatnoća da će preduzeće ostvariti veći povrat od onoga koje finansijska tržišta očekuju za isti nivo rizika³.

Naravno izvori finansiranja proizvodnje, mogu biti interni i eksterni, u ovom radu, posebnu pažnju zauzima najam opreme, kao poseban izvor finansiranja. Uzimanje opreme u najam ima mnogo prednosti za svako preduzeće. Sve okrutniji i zahtjevniji uslovi poslovanja koji su zavlitali širom svijeta nisu ostavili mnogo alternativnih i fleksibilnih oblika finansiranja. Mogućnost supstitucije fiksnih troškova (vezanih na investicije bilo koje vrste, kao npr. nabavka radne opreme) s varijabilnim troškovima (kao što je trošak najma), omogućuje preduzetništvu da se suoči s fluktuacijama tržišta na jedan elastičan način. Drugim riječima, kada se privređuje, tada se plaća upotreba strojeva, a kada se ne radi, tada nema tih obaveza⁴.

Ovisno o tržišnim uslovima i dogovorenim poslovima neka oprema, koja je predmet najma, više je u funkciji, dok je neka druga potpuno neiskorištena. Međutim, i u jednom i u drugom slučaju ta oprema za potrebe drvoprerađivača, je neophodna za normalne aktivnosti preduzeća. Iznajmljena oprema, tj. predmeti u koje je preduzeće investiralo imaju visoku cijenu radnog sata. Naime, najam nudi ekskluzivnu mogućnost uštede vezajući preduzeće za korištenje samo za periode upotrebe predmeta najma. Na ovaj način, koristeći ovaj segment investicione i izvozne strategije, preduzeća štede ogroman novac koji su davala na održavanje, skladištenje i popravak predmeta leasinga. Pored toga, najam kao oblik finansiranja investicionih projekata nudi novu dimenziju konkurentnosti privrednih subjekata tj. preduzeća, podržavajući njihovu izvoznu

2 Vunjak, N., Finansijski menadžment – Poslovne finansije, Proleter A.D., Milen o.d., Unireks A.D., Subotica, 2002. godine, str. 261

3 Vidi isto, str. 210

4 "Mineral", (2005), Najam je strategija vaše tvrtke, Zagreb. Strana 46.

strategiju. Naime, korištenjem predmeta najma po potrebi i uzimanja najma onda kada se dobije i ugovori određeni posao pojačava konkurentnost preduzeća kako na domaćem tako i na inostranom tržištu. Putem iznajmljivanja opreme, kao modernog i fleksibilnog načina finansiranja, preduzeća postaju dodatno konkurentna na inostranim tržištima i time poboljšavaju vlastitu izvoznu strategiju. Finansiranjem putem najma opreme, preduzeće može da konkuriše te da učestvuje na tenderima i za one poslove za koje u tom momentu nema potrebnu operativu u vidu mašina, know-how-a i sl. Privredni subjekti koji posluju na ovaj način i koji su odabrali najam kao investicionu strategiju preduzeća imaju realnu mogućnost za svoj dalji rast i razvoj, jer su na tržištu rada konkurentniji od privrednih subjekata koji koriste neku drugu strategiju, te svoje poslovanje mogu širiti i na inostrana tržišta. Naime, preduzeće koje nije investiralo u opremu i koje koristi zastarjelu tehnologiju ima daleko manje šanse za uspjeh i mogućnosti da konkuriše za neki kvalifikovaniji posao, nego je to slučaj sa privrednim subjektima koji su iskoristili sve prednosti leasinga i došli u posjed visokovrijedne opreme.

Nabavkom opreme na vrijeme, uz mogućnost korištenja opreme onoliko koliko traje investicioni projekat, te uz mogućnost zamjene opreme, su još dodatne prednosti koje nudi najam privrednim subjektima koji su svoju razvojnu strategiju zasnovali na ovom modernom, fleksibilnom i nadasve efikasnom obliku finansiranja i iskoristili ga kao instrument svoje izvozne strategije..

Upravo je najam opreme, način da se ovaj problem riješi i da se razmjena dobara obavi na obostrano zadovoljstvo i kupaca i proizvođača. Naime, putem najma potencijalni kupci dolaze do potrebne opreme, uz minimalna početna sredstva u vidu učešća uz obročnu otplatu. Upravo je to jedan od bitnih elemenata za rast proizvodnje, posebno preduzeća koja se bave preradom drveta.

Dakle, najam predstavlja jednu od modernijih strategija istupa na međunarodno tržište.

Proizvođači opreme, najčešće, nisu u stanju da kreditiraju njenu kupovinu, naročito ako je oprema velike vrijednosti (razna oprema za izvlačenje balvana iz teško prohodnih prostora), pa smatraju korisnim, ako je njen plasman ostvaren posredstvom neke finansijske institucije da je ne prodaju potencijalnom kupcu već da je stave na raspolaganje uz neku primjerenu naknadu koja je obostrano prihvatljiva za poslovne partnere⁵. Upravo na ovaj način, najam u razvijenim ekonomijama pospješuju izvoznu funkciju proizvodnih preduzeća. Kao kupac opreme upravo se pojavljuje kompanija koja tu opremu kupuje u ime korisnika opreme. Upravo iz ovog razloga preduzeća iz oblasti drvoprerađivačke industrije, imaju za cilj da ostvare što bolje i kvalitetnije odnose sa tim kompanijama.

Preduzeća koja su za svoje potrebe izvršila nabavku skupe i potrebne opreme i sama mogu dati svoju proizvedenu opremu u najam. Preduzeće može biti vlasnik, odnosno proizvođač u poslovima ako proizvodi trajni materijalni proizvod koji ne može prodati po cijeni koja pokriva barem troškove poslovanja, poreze i doprinose i što je najvažnije, naplatiti potraživanje od kupca u razumnom roku⁶. Drvoprerađivačka preduzeća se prilikom plasmana svojih proizvoda susreću sa problemima, kada kompanije koje iznajmljuju opremu, postave uslove koje potencijalni primalac korisnik nije u stanju ispuniti. Naime, zbog slabe ocijene boniteta potencijalnog primaoca najma, vrlo je čest slučaj da kompanije odbiju finansirati klijenta ili traže nešto veće učešće koje klijent nije spreman uplatiti. Drvopredivačka preduzeća tada rizikuju svoje proizvode ustupati svojim kupcima uz obročnu otplatu. Proizvođači ove proizvode zadržavaju u svom vlasništvu do konačne otplate što je takođe jedna vrsta leasinga.

5 Vunjak, N., (2001), *Finansijski menadžment*, Ekonomski fakultet, Subotica. Strana.359.

6 Vukičević, M., (2006), *Financije poduzeća*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb. Strana. 250.

NAJAM KAO MOGUĆNOST STABILNOSTI U POSLOVANJU

Kada menadžment preduzeća drvne industrije odluči da investira i nabavi novu visokovrijednu opremu onda takva odluka ima i svoju finansijsku „težinu“ i važnost za dalje poslovanje privrednog subjekta. Menadžment preduzeća susreće se i sa odlukama vezanim za dugotrajnu imovinu kao što su troškovi održavanja, osiguranja, izbora amortizacije, poreznog tretmana, troškova prostora, mogućih gubitaka zbog tehnološke zastarjelosti i pada cijena⁷.

Sve su ovo parametri koje treba najozbiljnije razmotriti, te izvršiti odabir odluke čiji će izbor imati ozbiljan uticaj na opravdanost investicije. Cilj svakog preduzeća je sigurna i stabilna investicija. Međutim, pogrešne investicije ne samo da nekada uspore rast preduzeća, nego mogu čak da dovedu do njegovog gašenja.

Svaka investicija sa sobom nosi naravno i dio rizika. Međutim, prije nego što privredni subjekt donese odluku o investiranju, uključujući naknadu za rizik, politika firme teži da rizik determiniše⁸. Jedna od mogućnosti za smanjivanje rizika investiranja je fiksiranje troškova putem najma. Prilikom kupovine i investiranja u osnovno sredstvo privredni subjekt automatski ulazi u jednu vrstu rizika. Bez obzira da li za osnovno sredstvo u koje je menadžment privredni subjekta investirao ima ugovoren posao ili ne svaka investicija takve vrste sa sobom nosi rizik.

Brojni ugovori su pod pritiskom finansijske krize raskinuti. Najam nudi jednu vrstu garancije stabilnosti investicija i ovakav oblik poslovanja je veoma rasprostranjen u zapadnim zemljama.

Kako korisnici predmeta najma, tj. savremene investicione opreme, plaćaju najamnine iz profita ostvarenog po osnovu 7 Urukalo, D., Briški, D., Terek, D., Cutvarić, M., (2003), Leasing : financiranje, oporezivanje, računovodstvo, pravo, Hrvatska zajednica računovođa i finansijskih djelatnika, Zagreb. Strana. 19.

8 Ibreljić, I., (2008), Investicije II, Harfo-graf, Tuzla. Strana. 143.

korištenja predmeta najma, tako vlasnici iste, imaju veliku sigurnost kada je u pitanju redovno servisiranje i izmirivanje obaveza putem leasinga kao oblika finansiranja.

Ekonomska kategorija investicije, a s tim povezana i međuzavisnost investicija i ekonomskog rasta i razvoja, naročito je danas, u uslovima naglog razvoja nauke i tehničkog progresa, jedna od često tretiranih tema kako u ekonomskoj teoriji tako i u realnom ekonomskom životu⁹.

Najam kao fleksibilan oblik finansiranja, koji kriterije za odobrenje temelji prevashodno na finansiranom predmetu najma, predstavlja jedan od generatora privrednog razvoja u modernom poslovanju. Funkcionalna veza između investicija i ekonomskog rasta i razvoja još je jača kada je prisutan najam kao oblik finansiranja. Najam omogućava preduzećima da na jednostavan način investiraju u one grane privrede za koje njihovi menadžmenti procjene da treba ulagati i investirati. Ekonomski rast se može ubrzavati promjenom strukture investicija i proizvodnje, što se može ostvariti uvozom tehnologije, kapitala i preduzetništva i njihovim usmjeravanjem u propulzivne grane ili jednostavno, promjenom strukture investicija u korist grana sa većim tehnološkim progresom (što takođe rezultira ubrzanje privrednog rasta)¹⁰.

POSLOVI U DRVNOJ INDUSTRIJI U KOJIMA JE NAJAM OPREME OPTIMALAN OBLIK FINANSIRANJA

Oblici finansiranja određenih poslova u drvoprerađivačkoj industriji, putem iznajmljivanja opreme, kao modela finansiranja mogu biti različiti. Kada su u pitanju kapitalna ulaganja veoma je važno odabrati projekat gdje će najam pokazati sve svoje prednosti finansiranja koje posjeduje. Ovisno o vrsti aranžmana koji je potreban privrednom subjektu drvnr industrije, kao korisniku usluge, primaoci opreme u

9 Ibreljić, I., (2008), Investicije II, Harfo-graf, Tuzla. Strana. 27.

10 Ibid., Strana. 31.

najam, odabiru one projekte gdje je najam najadekvatniji oblik finansiranja investicija. Odluke o izboru investicija, odnosno o prioritetima investiranja, dobijaju na značaju ukoliko se ne raspolaže kapitalom za finansiranje svih raspoloživih projekata, odnosno ako se realne mogućnosti svode na finansiranje određenog broja projekata u skladu sa raspoloživim sredstvima¹¹. Upravo odluke vezane za izbor investicijskih projekata gdje se računa na finansiranje putem najma, treba da budu u skladu sa mogućnostima i prednostima koje leasing kao oblik finansiranja nudi.

Mogućnosti finansiranja privrednih subjekata i izbor investicionih projekata gdje se implementira najam, zavisi i vezan je za nekoliko elemenata. Ukoliko se radi o eksternim izvorima finansiranja privrednih subjekata u šta klasifikujemo i najam, mogućnosti za dobijanje kreditnih sredstava ovise od dva slijedeća elementa:

- Likvidnosti i kreditne sposobnosti tražioca opreme u najam,
- Postojanja adekvatne kompanije koja može odgovoriti zahtjevu tražioca opreme u najam.

Potencijalni korisnik opreme u najam, da bi dobio aranžman, mora ispunjavati kriterije koje je uspostavila leasing kompanija u vidu godišnje realizacije, dobiti, pokrivenosti kolateralom i sl. Zahtjev tražioca najma mora imati uporište u tržišnoj opravdanosti investicionog projekta na onaj način da kompanija prepozna da je finansiranje putem najma najadekvatniji način finansiranja predmetnog projekta.

Zahtjev potencijalnog korisnika opreme u najam, naravno mora biti realan i opravdan, te u skladu sa njegovim realnim potrebama koje će kompanija vlasnica opreme u konačnici i prepoznati. Veoma je bitno da kompanije prepoznaju opravdanost i realnost projekta u koji klijent investira. Klijent može imati izvanredan projekat ali ukoliko manageri unutar kompanija vlasnica

opreme, taj isti projekat ne prepoznaju može doći do njegovog neimplementiranja.

ZAKLJUČAK

Najam kao fleksibilan oblik finansiranja, zbog svojih osobina modernog finansijskog proizvoda, omogućava uvoz tehnologije i kapitala i na taj način stvara klimu za brži ekonomski rast i razvoj. Upravo je nagli tehničko-tehnološki razvoj, te kupovina investicionih dobara vrlo velike vrijednosti, imala za uzrok ubrzanog razvoja leasing poslovanja. Na ovaj način zemlje u razvoju i nerazvijene zemlje mogu doći do proizvoda sa skupim tehničko-tehnološkim rješenjima što ranije nije bio slučaj. Najam stimuliše kupovinu i ulaganje u novu i skupocjenu opremu te omogućava transfer najmodernije tehnologije i opreme. Transferom najnaprednijih tehnoloških rješenja i davanjem mogućnosti za investiranje u najsavremenije proizvode.

Investicije ne znače uvijek direktno rast i razvoj. Veoma često, uprkos procjenama menadžmenta, investicioni procesi ne završavaju onako kako bi to htjeli menadžeri. Loša poslovna ideja, nepoznavanje lokalnog zakonodavstva i običaja, sve su to samo neki od razloga koji mogu dovesti do neuspjelog investiranja i neuspjelog investicionog projekta.

Najam kao oblik međunarodnog poslovnog finansiranja, sa svim svojim specifičnostima, omogućava finansiranje i dostupnost visokovrijednih i sofisticiranih proizvoda onim privrednim subjektima kojima je savremena oprema i tehnologija potrebna za implementaciju investicionih programa. Upravo su renomirani proizvođači svjetske poznate opreme, putem iznajmljivanja iste, našli mogućnost da plasiraju svoje proizvode u treće zemlje. Najam je višestruko koristan za nerazvijene zemlje i zemlje u razvoju koje žele da se uključe u investicione procese. Investicije putem najma omogućavaju zemljama u razvoju da podstaknu i zdrave dijelove lokalnih kapitala koji se nalaze u zemljama u razvoju. Naravno, davaoci

¹¹ Ibreljić, I., (2006), Investicije I, Harfo-graf, Tuzla. Strana.261.

opreme u najam iz razvijenih zemalja koji su u ovakvim slučajevima najčešće proizvodne kompanije, neće plasirati svoje proizvode primaocima najma u razvijenim zemljama koji su nesolventni.

Dakle, putem najma, preduzeća iz oblasti drvoprerađivačkog sektora, u zemljama u razvoju i nerazvijenim zemljama imaju mogućnost transfera najsavremenije tehnologije i usvajanja znanja za njenu upotrebu, tj. know-how. Samim tim, preduzećima iz drvne industrije, u ovim zemljama se otvara mogućnost za brži rast i razvoj na bazi usvojenih tehnologija. Veoma često, protivno investicijama putem najma, mogu da djeluju negativne političke snage. Npr. vlast u zemlji u razvoju može da bude protiv transfera tehnologije iz neke zapadne zemlje sa kojom nema dobre političke odnose. Međutim, bitno je istaći da je ovakvih slučajeva sve manje te da se u novije vrijeme vrlo malo sličnih slučajeva veže za poslovnu praksu. Čak šta više, preduzeća koja se nalaze u zemljama u razvoju pokušavaju se putem svojih vlada uključiti u programe privlačenja stranog kapitala, gdje najam kao oblik savremenog međunarodnog poslovnog finansiranja ima sve veći uticaj.

LITERATURA

- [1] Amon, F., (2002), Poslovni lizing // Suvremeno poduzetništvo. Zagreb,
- [2] Ananou, T., (1997), Investissement et capital, Seuil, Paris.
- [3] Aragon G. A.(1989): Financial Management, Allyn and Bacon, Boston,
- [4] Batarelo, M., (1996), Analiza i konstrukcija izvora finansiranja investicija, Poslovna analiza i upravljanje, Zagreb.
- [5] Begtić, R., (2003), Upravljanje procesima razmjene proizvoda i usluga, Ekonomski institut Tuzla, Tuzla.
- [6] Braovac. I. , (2009) .Leasing u teoriji i praksi. Poslovni zbornik , . Zagreb
- [7] Burne, P.J., Davis, E.P., (2005), Investment and Uncertainty in the G7, Kiel Institute for World Economics.
- [8] Cirkveni, T. (2008). Otkup sredstava po isteku ugovora o operativnom najmu (leasingu). Računovodstvo, revizija i financije. 11/2008. pp. 31-36
- [9] Grubišić, Z. (2010) Kapital i finansiranje razvoja kompanija, Comesgrafikona, Banjaluka
- [10] Ibreljić, I., (2008), Investicije II, Harfo-graf, Tuzla.
- [11] Nušinović, M., (1989), Planiranje investicionih projekata u funkciji optimizacije društveno – ekonomskog razvoja, Ekonomski institut, Zagreb.
- [12] Orsag, S., (2002), Budžetiranje kapitala: Procjena investicijskih projekata, Masmedia, Zagreb
- [13] Portfield, J., (1976), Investment Decision and Capital Costs, Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall Inc, New Jersey.
- [14] Riahi-Belkaoni A.(1998): Long-term Leasing - Accounting, Evaluation, Consequenses, Quourum books, London,
- [15] Stakić, B., (2003), Finansijski lizing i lizing, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje Beograd, Beograd.
- [16] Vunjak, N., (2001), Finansijski menadžment, Ekonomski fakultet, Subotica.
- [17] Amon, F., (2002), Poslovni lizing, časopis za promicanje poduzetništva i tržišnog gospodarstva, Zagreb.
- [18] Bilas, V.: Franc, S.: Uloga inozemnih izravnih ulaganja i načini poticanja, Ekonomski fakultet Zagreb, Serija članaka u nastajanju, članak 06-13, Zagreb, 2006
- [19] Brkanić, S., (2000), Lizing kao način financiranja nabave opreme, Računovodstvo, revizija i financije, Zagreb
- [20] Brkanić Pongračić, S. (2011). Model za donošenje odluke o načinu financiranja nabave investicijskih dobara. Računovodstvo, revizija i financije. 10/11. pp. 127-135.
- [21] Crnjac Milić, D., Analitički pristup financiranju dogotrajne imovine putem leasinga, stručni rad UDK: 336.77, Praktični menadžment, Vol V, broj 2

- [22] Deželjin, J., (1993), Leasing i njegova isplativost u financiranju investicija, Računovodstvo i financije, Zagreb.
- [23] Figar, N., (1992), Specifični oblici izvora sredstava – lizing, faktoring i forfeting, Knjigovodstvo br. 7/92.
- [24] GTZ, GmbH, (2002), Planiranje i realizacija investicionih projekata u privatnom preduzetništvu, (Izrada Feasibility studija), Bihać
- [25] Mineral., (2005), Najam je strategija vaše tvrtke, Zagreb

EKONOMSKA POLITIKA KAO INSTRUMENT ALOKACIJE RESURSA

ECONOMY POLICIES AS A RESOURCE ALLOCATION INSTRUMENT

Semiha Repak

SAŽETAK

Prema ekonomskoj teoriji, koja je poznata, alokacije resursa rada i alokacije resursa kapitala formira se pomoću slobodnog tržišta proizvodnih faktora, prema graničnoj produktivnosti rada i kapitala. Prirodno je, da kao polazak u analizi sistema alokacije resursa uzimamo činjenicu da je sistem alokacije resursa jedan deo, samo jedan od elemenata ekonomskog sistema, ali, svakako, jedan od bitnih elemenata ekonomskog sistema.

Alokacija resursa je proces privrednog i društvenog djelovanja koji nadilazi granice nacionalnih država, očituje se u prijenosu roba, usluga i znanja, povećanom obimu svjetske razmjene dobara, kapitala, usluga i energije. Ovaj proces, je sve prisutnija pojava u savremenom svijetu, koji sada pod nazivom globalizacija, posljednjih desetljeća unosi brojne promjene u svjetskoj privredi. Usko je povezana s razvojem komunikacija koje omogućavaju povezivanje svijeta na različite načine. Zahvaljujući povezivanju, donedavno nezamislivih razmjera, u svijetu je sve prisutniji trend alokacije resursa, čiji je cilj prisustvo na svim svjetskim tržištima. Tako alokacija resursa, kao i globalizacija, ima za cilj stvaranje jedinstvenog privrednog sistema svjetskih razmjera koji bi funkcionirao prema tržišnim zakonitostima. Kao što je rečeno, do izražaja sve više dolazi snaga i moć tržišta.

Pomoću stručnih i naučnih analiza, kvalitativnom i kvantitativnom analizom može se doći do toga kakva i koja bi namjenska raspodjela bila, s jedne strane, poželjna i potrebna i, s druge strane, moguća

i realna. Potrebno je usklađivanje i izbor između utvrđenih varijanti i alternative, koje su prisutne u procesima alokacije resursa.

Ključne riječi: alokacija, resursi, tržište, roba, usluge

ABSTRACT

According to a well known economic theory, allocation of work resources and allocation of capital resources is formed with the help of the free market of factors of production, according to the marginal productivity of labor and capital. It is natural that, as a start in allocation system analysis of resources, we consider the fact that the resource allocation system is just one of the elements of the economic system, but surely, one of the more important elements.

Resource allocation is a process of economic and social action that transcends the borders of nation states, manifested in the transfer of goods, services and knowledge, increased volume of world trade in goods, capital, services and energy. This process is more and more present in the modern world, which, now under the name globalisation, for the last decades has brought numerous changes in the world economy. Its closely connected with communication development that connects the world in many ways. Thanks to the connection, which was unimaginable until recently, there is an increasing trend in the world of resource allocation, the goal of which is the presence in all world markets. That's how resource allocation, and globalisation, has the goal of creating a unique economic system with worldwide reach that

would function based on the market laws. As it was said earlier, the strength and influence of the market is more expressive.

With the help of professional and scientific analysis, qualitative and quantitative analysis, it is possible to determine what and which purposeful distribution would be, on the one hand, desirable and necessary and, on the other hand, possible and realistic. It is necessary to harmonize and choose between the identified variants and alternatives, which are present in the processes of resource allocation. Keywords: allocation, resources, market, goods, services, etc.

UVOD

Šta je na to u odlučujućoj mjeri uticalo na alokaciju resursa, na nivou nacionalne države, u kakvim su se uslovima u međunarodnim ekonomskim odnosima oni ponašaju. Na ovo pitanje, može se odgovoriti, ako se uradi analiza makroekonomskih mjera, kojima se tretira i ova problematika. Znači, riječ je, o analizi opštih ekonomskih i društvenih odnosa i početka procesa globalizacije u kojima je nastala kao rezultat alokacije resursa, kao multi nacionalni proces..

S jedne strane valja sagledati stepene i faktore razvoja proizvodnih snaga, njihov relativni značaj, sada i ranije kada se u osnovnim potezima počela da formira pojava koju danas označavamo kao globalizacija i da odgovorimo na pitanje da li postoji opšte usvojena definicija ovih procesa.

S druge strane, neophodno je proučavati odnose u kojima je došlo do takvog razvoja proizvodnih snaga i organizacionih institucionalnih oblika u kojima se oni pojavljuju – u nacionalnim i u međunarodnim razmjerama. Ovdje će se pred nas, u narednom tekstu postaviti svakako jedno, među najznačajnijim pitanjima, a to su faze razvoja alokacije resursa, od njihove geneze, utemeljenja, pa sve do tzv. megaintegracije odnosno do procesa koji nazivamo globalizacija. Osim toga naša pažnja biće usmjerena na traženje odgovora na pitanje da li postoji usaglašenost ili disonanca između

stepena razvoja proizvodnih snaga i odnosa u samom procesu, alokacija resursa.

TRŽIŠNI MEHANIZMI U FUNKCIJI ALOKACIJE RESURSA

Najsloženiji problem kod jednog ovako značajnog zadatka kao što je koncipiranje alokacije resursa, jest bez sumnje, projektovanje sistema u budućnosti, anticipiranje efekata koje će predložena rješenja donijeti u pogledu reagovanja privrednih subjekata u različitim tržišnim strukturama. Zato se i poziva ekonomska nauka da pomogne u anticipiranju i projektovanju budućih stanja.

Ti odnosi, posebno dolaze do izražaja primjenom tržišnih mehanizama. Jer za razliku od tradicionalnog tržišta, sustav izravno povezuje pružatelje s korisnicima¹. Tržišni mehanizam jest mehanizam koji pomoću ponude i tražnje ostvaruje pozitivne ekonomske efekte u svom djelovanju i koji je, svakako, sposoban da stimuliše razvoj produktivnosti. Zbog toga, jer tržišni mehanizam uključuje alokacije resursa u našem privrednom sistemu. Oni su jedinstveni i svjesni pokazatelji za formiranje konkretne visine alokacije resursa, za određivanje svih mogućih alokacije resursa - nisu potrebni niti racionalni. Tržišni mehanizam zna da to obavlja bolje od administrativnog regulisanja i bolje od administrativnih pokazatelja.

Djelovanje tržišnih mehanizama, je složen zadatak s takvim indikacijama na funkcionisanje našega modela privređivanja da je zaista neophodno da se s najvećom naučnom i profesionalnom odgovornošću priđe objektivnoj analizi predloženih rješenja. Društvo od naučnika iz oblasti ekonomije, u ovom trenutku, svakako, najviše očekuje, efikasna i pravovremena rješenja. Ta rješenja ogledaju se u težnji zadovoljenja potreba potrošača, što se

1 Anita Radman Peša, Zdenko Prohaska & Ana Maria Smokrović, Kritički pristup, teoriji ekonomije dijeljenja – inovativni model na raskrižju misli i prakse, Poslovna izvrsnost, Vol. 14 No. 2, 2020.

smatra novim ekonomskim pristupom u alokaciji resursa. Pojava ekonomije dijeljenja posljedica je povezivanja različitih subjekata u kojima je tehnologija odigrala glavnu ulogu (Schor & Fitzmaurice, 2014)². Ona stvara nove tijekove prihoda i tržišne mogućnosti³.

Shodno tome, tržišni mehanizam u tržišnoj privredi, u cjelokupnom ekonomskom reprodukcijском procesu, nije primarni mehanizam. Primat ostaje proizvodnji s njenim proizvodnim odnosima i odnosima raspodjele. Jedna od njegovih osnovnih funkcija jest u tome da se pomoću tržišnog mehanizma i na njegovom području konačno realizuju osnovni ekonomski i društveni odnosi koji izviru iz proizvodnje i raspodele u cjelokupnom reprodukcijском procesu. Tržišni je mehanizam u zadovoljavajućoj mjeri ostvaruju osnovne ekonomske zahtjeve koje je potrebno zadovoljavati radi neprekidnog produžavanja procesa reprodukcije u privredi. Pored toga, tržišni je mehanizam neprekidno i automatski reprodukovao odnos između kapitala i rada.

SISTEM EKONOMIJE ALOKACIJE RESURSA I KRITIČKI PRISTUP TRŽIŠNIH PROCESA PRISUTNIH U BOSNI I HERCEGOVINI

Sistem alokacije resursa, jest integralni, bitni deo ukupnog ekonomskog sistema; način na koji su uređena pitanja ove privredne aktivnosti i funkcionisanja tržišta zapravo daje posebno obilježje ekonomskom sistemu, naročito u uslovima u kojima se sada nalazi Bosna i Hercegovina.

Okolnost da već za sobom inamo duži vremenski period razvoja privrednog sistema i s njime povezanog prilično širokog iskustva različitih rješenja u

pogledu alokacije resursa, odnosa tržišnih i planskih elemenata u ekonomskom sistemu i organizaciji privređivanja raznolikih spoljnih i unutrašnjih opštih i specifičnih uslova poslovanja, stvara objektivnu osnovu da se pitanju izgradnje efikasnog sistema alokacije resursa i tržišnih odnosa može prići sa više fundiranim empirijskim i teorijskim postavkama. Tome bez sumnje treba da pozitivno doprinese dosta široko angažovanje naučne ekonomske misli na ovome području. Zahvaljujući ekonomskoj nauci i njenom interesovanju za ove probleme, a posebno za jedinstveno tržište na prostorima oba entiteta i Distrikta Brčko. Ostvarivanje jedinstvenog ekonomskog prostora u Bosni i Hercegovini, kako je i predviđeno Procesom stabilizacije i pridruživanja, omogućit će lakše priključivanje unutrašnjem tržištu Evropske unije, nakon što Bosna i Hercegovina postane članica Evropske unije, te zadovoljavanje minimalnih standarda, koje ono nameće⁴. Ponašanje privrednih subjekata u različitim uslovima, što su ih stvarale mjere ekonomske politike koje su se odnosile na faktore razvoja i uslove poslovanja pojedinih djelatnosti (investicije, krediti, raspodjela dohotka, alokacije resursae, spoljnotrgovinski režim i dr.) pružalo je jedinstvenu informacionu bazu za odgovarajuće studije i izgradnju efikasnijeg sistema alokacije resursa. Međutim, nedostaju nam baš ovakve opsežnije studije da bi se rješenja u predloženom sistemu alokacije resursa, mogla s neposrednijom argumentacijom projektovati na uslove promjena. U takvoj situaciji, da bi se prišlo ocjeni efikasnosti, sistema alokacije resursa, potrebno je prethodno definisati premise. Pokušaću da istaknem neke za koje mi se čini da treba bitno da opredjele stav prema pitanjima koja su konkretizovana u sistemu alokacije resursa.

2 Schor, J. & Fitzmaurice, C. (2014) Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy, str. 4-9. https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SocCom

3 Anita Radman Peša, Zdenko Prohaska & Ana Maria Smokrović, Kritički pristup, teoriji ekonomije dijeljenja – inovativni model na raskrižju misli I prakse, Poslovna izvrsnost, Vol. 14 No. 2, 2020.

4 Mirza Čaušević, Ajla Sinanović i Anela Husić (2019): Odnos evropsko društva I dioničarskog društva u zakonodavstvu Bosne I Hercegovine, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije Godina XXI Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt, 2019. Br. 44

Prvo, sistem alokacije resursa, nije neki autonmni sistem. On je podsistem, integralni dio šireg sistema koji, u našim uslovima, možemo nazvati tržišni ekonomski sistem. Kako je jedan od bitnih ciljeva tog sistema stalan porast materijalnog i kulturnog standarda stanovništva u uslovima najšireg odlučivanja, za pitanje efikasnosti od odlučujućeg je značaja to kako cjeloviti model tržišnog sistema obezbjeđuje postizanje trajnijih društvenih ciljeva, polazeći od već poznatih zakonitosti ponašanja robnih proizvođača na tržištu, a naročito tendencija i pravilnosti koje su se već ispoljile kao specifično ponašanje u uslovima sistema odlučivanja.

Drugo, sistem alokacije resursa uslovljava uspješnost privrednog razvoja. Optimalni privredni rast zavisi od toga:

(a) da li je odabrana ona strategija rasta koja s obzirom na dinamičke uslove međunarodne privrede i raspoložive domaće, ljudske i materijalne resurse, obezbjeđuje neophodan tempo razvoja najpropulzivnijih privrednih grana i

(b) kako se razvijaju i ekonomski efikasno kombinuju i koriste svi relevantni proizvodni faktori u preduzećima, uključujući ovdje, razumljivo, organizaciju i odlučivanje kao neophodne kreativne faktore u savremenim uslovima privređivanja.

Rješenja koja pruža sistem alokacije resursa i uređenja tržišnih odnosa ima značaja za realizaciju obaju pomenutih konstitutivnih elemenata optimalnog rasta organizovane privrede, sa veoma određenim rezultatima kao što su: stopa rasta životnog standarda uključujući njegovu regionalnu i drugu distribuciju kao i ostala obilježja standarda shvaćenog u najširem značenju cjeline materijalnih, kulturnih i ostalih kvalitativnih obilježja; stopa zaposlenosti; spoljnotrgovinski bilans i dr.

Treće, definisanje značaja sistema alokacije resursa i tržišnih odnosa u gornjem smislu, zapravo zahtjeva da se utvrde dometi i limiti koje alokacije resursae i tržište objektivno mogu imati u našem modelu privrede.

Različite funkcije koje imaju alokacije resursa i tržište u savremenoj robnoj privredi: informativna, selektivna, alokativna i distributivna, trebaju se posebno izučavati.

Posebno, kada znamo, da alokativna i distributivna funkcija alokacije resursa i tržišta u našem sistemu ne djeluju onako kako je postulirano u ekonomskim doktrinama. S druge strane, informativna i, posebno, selektivna funkcija ostaju veoma značajne determinante efikasnog privređivanja na mikronivou i makronivou.

Ta distinkcija bitno uslovljava koncepcijske osnove sistema alokacije resursa i tržišta kao i mjesto i ulogu koje drugi mehanizmi, umjesto tržišnog automatizma, moraju preuzimati u našoj organizovanoj privredi.

U vezi s pitanjem dometa i limita tržišnog automatizma koji se ispoljava posredstvom slobodnog formiranja alokacije resursa i konkurencije, valja istaći neke zaključke koji proizilaze iz savremenih uslova privređivanja, naime:

- Kao korelat višeg stepena privredne razvijenosti, u uslovima sve šireg prisustva tehničko-tehnološkog progressa kao faktora privrednog rasta, javlja se tendencija snažne diverzifikacije proizvoda. Inovativna aktivnost u sprezi sa istraživačko-razvojnim radom postaje sve važniji faktor produktivnosti i poslovnog uspjeha privrednih subjekata razvijenog svijeta. U takvim uslovima slobodno formiranje alokacije resursa ne samo omogućuje profite i dohotke već i regresiranje značajnih troškova prethodnog istraživačko-razvojnog rada i ispitivanja tržišta, te predstavlja objektivni faktor koji stimulira inovativnu i kreativnu orijentaciju preduzeća. Stimuliranje takve orijentacije a samim tim i odgovarajuće prisustvo načela slobodnog planiranja alokacije resursa, neophodno je u našoj privredi da bi se smanjivala postojeća razlika u tehnološkom nivou i produktivnosti rada prema razvijenim privredama.
- Logikom svoga razvoja robna je proizvodnja dovela do potrebe planske

alokacije resursa, kao rezultata uloženog kapitala i rada i stvaranja jakih tržišnih struktura. Može se, u izvjesnom smislu, govoriti o dihotomiji u morfologiji tržišta na nekim njegovim segmentima: na jednoj strani nalaze se korporacije snažne finansijske moći, kadrova i istraživačkog potencijala, koje, radi obezbjeđenja stabilnih uslova razvoja, prodiru i u proizvodne i prometne djelatnosti izvan svoje primarne proizvodne orijentacije; na drugoj strani i dalje egzistira određeni broj srednjih i manjih preduzeća, ali s uslovima poslovanja i sticanja dohotka i profita koji su različiti i nemaju tendenciju ujednačavanja s uslovima koje je sebi obezbedio kapital neke kompanije. Vjerovatno će taj prijelaz imati pozitivan utjecaj na gospodarski rast i blagostanje poticanjem nove potrošnje, povećanjem produktivnosti i individualne inovacije i poduzetništva te uvažavajući racionalni pristup ponovnim korištenjem proizvoda (Grybaite & Stankevičienė, 2016)⁵ Država takođe interveniše: na primjer, stvaranjem povoljnijih uslova poslovanja za grane i preduzeća od bitnog značaja za nacionalnu ekonomiju. Prema tome, tržišni automatizam slobodne konkurencije koji putem ujednačavanja uslova privređivanja i raspodjele dohotka unutar i između privrednih grana i djelatnosti djeluje kao sveopšta regulativna snaga obezbjeđujući spontano optimalan razvoj nacionalne privrede - nije samo liberalistički koncept, već institucija privrede koju su savremeni uslovi privređivanja prevazišli.

- Brz i neravnomjeran tehnološki progres i s njime povezano otežavanje uslova međunarodne konkurentnosti privreda, na nižim stepenima razvijenosti - zahtjeva ne samo pažljivo odabiranje strategije razvoja već istovremeno

⁵ Grybaite, V. & Stankevičienė, J. (2016) Motives for participation in the sharing economy – evidence from Lithuania. *Economics and Management*, 3, str. 12-14. <http://pbc.biaman.pl/Content/47593/Ekonomia%20i%20Zarz%C4%85dzanie%0vol%208%20iss%204.pdf>

i pravilno dimenzioniranje udjela tržišnokonkurentnih i društveno-regulativnih elemenata u oblikovanju tržišnih struktura.

Kako izbor strategije, tako i oblikovanje najadekvatnijih tržišnih struktura predstavljaju u osnovi dinamičke koncepte; oni se moraju, u različitim etapama razvoja, prilagođavati različitim uslovima koji proizilaze iz međudejstva unutrašnjih i spoljnih faktora. Otuda mislim da se pri izboru sistema i politike alokacije resursa mora voditi računa o tim dinamičkim aspektima. Naš model privrede, iskustva i rezultati njenog dosadašnjeg funkcionisanja predstavljaju, nesumnjivo, značajnu prednost pri iznalaženju efikasnih rješenja.

Polazeći od tih premisa kao i šire razrade konstitutivnih elemenata novoga sistema alokacije resursa i tržišnih odnosa koji su dati u radovima nekih ekonomskih teoretičara, mislim da je u osnovi ono čemu naša privreda treba da teži. To je inovativni pristup u proizvodnom procesu, koji će zadovoljiti različite potrebe potrošača. Proizvode možemo svrstati u tri osnovne skupine koju čine: potrošni proizvodi koji se potroše u jednoj ili nekoliko upotreba (sladoled, kruh, čokoladica, itd.); trajni proizvodi koji se koriste dulje vremena (mobitel, kompjuter, obuća, odjeća, itd); usluge koje predstavljaju djelatnosti ili koristi koje su namijenjene prodaji (korisnički paket kablanske televizije ili teleoperatera, turistički aranžman)⁶. Postavke o sistemu i politici alokacije resursa, kao i prisutna osnovna načela novog sistema: princip slobode formiranja cijena, alokacije resursa i djelovanja tržišnih zakonitosti, ali u uslovima usmjeravanja cjelokupnog materijalnog i društvenog razvoja stvaranjem uslova za sektorska i granska usklađena kretanja proizvodnje, raspodele i potrošnje, a time i za stabilnije tržište putem planova privrednog razvoja. U tome smislu bitno je,

⁶ Petar S., Marušić T. (2019), Kvaliteta proizvoda kao čimbenik stvaranja marke, *Poslovna izvrsnost*, Zagreb, god.. br. 2

da politika alokacije resursa kao i svi ostali dijelovi ekonomske politike moraju biti postavljeni tako da obezbijede realizaciju zajedničke razvojne politike, koja se utvrđuje planom razvoja Bosne i Hercegovine. Kao osnovu politike alokacije resursa, postavljene postavke prihvataju ispravni i predloženi princip komplementarnosti različitih kriterija, a kao metod, uspostavljanja organizacionih procesa privrednih subjekata. Međutim, postavke ostavljaju otvorene neke probleme koji mogu ozbiljno da dovedu u pitanje efikasnost koncipiranog sistema alokacije resursa kada se priđe njegovoj realizaciji.

Najznačajnije nerijšeno pitanje odnosi se na neprecizirani odnos dvaju fundamentalnih principa: slobodnog formiranja cijena i shodno tome alokacije resursa.

U vezi s tim, stiče se utisak da strategija ekonomskog razvoja, treba da obuhvati sve aspekte alokacije resursa, što bi značilo poseban oblik sveopšte kontrole alokacije resursa, koja je tehnički neizvodljiva, a kada bi i bila izvodljiva, mogla bi da dovede do neracionalnih vidova proizvodnje i poslovanja.

OBILJEŽJA ROBA I USLUGA OD ZNAČAJA ZA NJIHOVU ALOKACIJU

Robe i usluge mogu imati različita obilježja kvalitete, tj. zahtjeva koje je potrebno ispuniti. Važnija obilježja mogu biti klasifikacijska, funkcionalna, konstrukcijska, proizvoda ili usluge⁷. Kvaliteta je postala strateški cilj gotovo svakog poduzeća. Postavljaju se sve veći zahtjevi od strane tržišta za kvalitetom proizvoda i usluge; kvalitetom proizvodnih i poslovnih procesa; pouzdanošću cjelokupnog sustava kvalitete⁸. Standardi kvalitete za poduzeća znače potvrdu kvalitete koju poduzeće kroz svoje proizvode i usluge nudi svim

dionicima tržišta poput kupaca, dobavljača, distributera, itd⁹.

Proizvod može imati različita obilježja kvalitete, tj. zahtjeva koje je potrebno ispuniti. Važnija obilježja mogu biti klasifikacijska, funkcionalna, konstrukcijska, tehnološka, ekonomska, obilježja pouzdanosti i unifikacije, ergonomska obilježja, obilježja sigurnosti i ekološka obilježja, estetska obilježja¹⁰.

Tehnička obilježja proizvoda su:

- Klasifikacijsko obilježje svrstava proizvod u određenu skupinu poput aromatizirane vode, dodataka prehrani, proizvodi sa smanjenim udjelom šećera, itd
- Funkcionalna obilježja podrazumijevaju najvažnija svojstva proizvoda poput namjene, određenih pogodnosti i ograničenja uporabe
- Konstrukcijska obilježja podrazumijevaju oblik proizvoda, strukturu, primijenjene materijale

Tehnološka obilježja proizvoda su:

- Obilježja koja karakteriziraju tehnologiju izrade proizvoda i njezinu djelotvornost, dok druga obilježja čine zahtjevi u samom procesu stvaranja
- Ekonomska obilježja koja podrazumijevaju ekonomičnost i rentabilnost, marketinšku i poslovnu rentabilnost
- Pouzdanost kao obilježje podrazumijeva da proizvod radi određeno vrijeme bez kvara
- Popravljivost – mogućnost da se proizvod dovede iz neispravnog u ispravno stanje
- Trajnost – održavanje funkcionalnosti u određenom vremenskom periodu
- Obilježja unifikacije – udio unificiranih i izvornih dijelova u nekom proizvodu
- Ergonomska obilježja – zahtjevi koje određeni proizvod mora zadovoljavati (higijenski, fiziološki, itd.
- Obilježja sigurnosti – zaštita na radu

7 Petar S., Marušić T (2019): Kvaliteta proizvoda kao čimbenik stvaranja marke, Poslovna izvrsnost, Zagreb, god. XIII br. 2

8 Lazibat, T. (2003), Sustavi kvalitete i hrvatsko gospodarstvo, Ekonomski pregled, 54 (1-2), str 55-76.

9 Petar, S. (1996), Uvod u upravljanje kvalitetom, Nading, Zagreb.

10 Petar, S. (1996), Uvod u upravljanje kvalitetom, Nading, Zagreb

- Ekološka obilježja – utjecaj koji proizvod ima na okoliš
- Estetska obilježja – vizualni izgled proizvoda uvelike može utjecati na njegovu konkurentnost
- Patentno – pravna obilježja – mogućnost zaštite od plagijata na tržištu

Kao anticipacija problema i teškoća u realizaciji utvrđenih planskih akata koji se odnose na određene obilježja roba, može se navesti, npr.; da se u prometu jedne velike robne kuće na našem tržištu nalazi preko 70 hiljada artikala, pretežno lične potrošnje. Zajedno s proizvodima za reprodukciju i investicije broj artikala u prometu i tržišnim transakcijama vjerovatno dostiže i do 200 hiljada, a intenzivni proces diverzifikacije koji susrećemo u razvijenim privredama, rezultiraće, svakako, u daljem povećanju broja proizvoda u prometu i na našem tržištu. Ako se u postavkama imaju u vidu samo odnosi alokacije resursa, onda se postavlja pitanje koji se odnosi alokacije resursa imaju u vidu. Kada se radi o odnosima alokacije resursa pojedinačnih proizvoda, dolazimo na isto pitanje i iste probleme. Imajući u vidu da se u našim postavkama datim u ovom radu, insistira na dugoročnijim planovima poslovanja privrednih subjekata, kao i o alokaciji resursama, može se lako vidjeti kakve su dimenzije problema. Strateško sagledavanje nivoa i odnosa alokacije resursa u takvim detaljima prevazilazi sve mogućnosti savremene kvantitativne ekonomske analize i stepena u kome su fenomeni tražnje i formiranja alokacije resursa uopšte objektivno mjerljivi, da ne govorimo o preciznosti takvih projekcija na kojima bi trebalo zasnivati dugoročnu poslovnu politiku i odlučivanje u privrednim subjektima. Putem strategije, poduzeća se usmjeravaju na pitanja koja olakšavaju primjenu adekvatnih tehnika i metoda procjene uspješnosti: da li su to rezultati pojedinca, timova, poduzeća u cjelini, da li je to ono što pojedinci/talenti rade direktno ili svojim utjecajem na sve zaposlenike potiču inovativnu klimu, da li postoji

utjecaj radne infrastrukture na nivo kreirane vrijednosti, utjecaj potrošača i njihovih stavova prema isporučenoj vrijednosti¹¹. Taj dio, stoga zahtjeva veoma ozbiljne kvalifikacije i dalju razradu, posebno zbog toga što postavljene teze polaze od toga, da mjere ekonomske politike, treba da budu osnova budućim zakonskim rješenjima koja će se odnositi na privredne subjekte, u suprotnom, nedefinirana zakonska rješenja, mogu da dovedu do velikog zagušivanja u radu preduzeća. Ta rješenja, treba da podstiču privredne subjekte na uvođenje inovacija i novih tehnologija u poslovanju, te samim time doprinijeti bržem ekonomskom razvoju zemlje. Ekonomski razvoj ima mnogo ciljeva, a kao najvažniji od njih ističu se sljedeći ciljevi: smanjenje siromaštva, ravnomjernost u raspodjeli dohotka, manja stopa nezaposlenosti i općenito realizacija osnovnih makroekonomskih ciljeva¹².

Sve to potvrđuje da se o sistemu alokacije resursa ne može istraživati izolovano od sistema planiranja i rješenja mjera ekonomske politike, u pogledu obezbjeđenja strukturne privredne ravnoteže u uslovima rasta pomoću mehanizma i instrumenata koji se odnose na osnovnu raspodjelu dohotka, porast ličnih dohodaka i zajedničke potrošnje u skladu s produktivnošću rada, porast ličnih dohodaka iznad produktivnosti rada u djelatnostima koje su od vitalnog značaja za realizaciju dugoročnih ciljeva u smislu stope rasta životnog standarda i dr.

Ako su pitanja raspodjele dohotka riješena u skladu s načelom samostalnosti privrednih subjekata ali i obezbjeđenja zajedničkih neophodnih uslova razvoja u razmjerama nacionalne privrede, ako rješenja bankarskog mehanizma omogućuju da on pravilno, ekonomski racionalno

11 Katarina Kafadar i Jamila Jaganjac (Utjecaj upravljanja talentima na kreiranje vrijednosti u kompanijama, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije Godina XXI Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt, 2019. Br. 44

12 Arnela Nanić i Mirko Palić (2017): Potrošački etnocentrizam: pokretač ili kočnica razvoja gospodarstva Bosne i Hercegovine, Poslovna izvrsnost, Zagreb, god. XI br. 1

ostvaruje svoju funkciju snabdjevanja i alokacije potrebnih sredstava privredi, ako su dosljedno sprovedena načela otvorenosti tržišta za ulazak produktivnijih i efikasnijih i izlazak onih koji nisu mogli da se prilagode rigoroznim zahtjevima tržišta- onda nema potrebe da se supstituiše slobodni tržišni mehanizam u slučajevima kada on može u konkretnim tržišnim strukturama da proizvodi pozitivne rezultate.

Dugoročno planiranje alokacije resursama, zasnovano na Mjerama ekonomske politike, ostaje neophodan metod za one grupe proizvođača koji imaju monopolski položaj kao i za djelatnosti koje obezbjeđuju materijalne osnove privređivanja u nacionalnim razmjerama, kao što su to bazične grane - energija, osnovni reprodukcioni materijali. Tendencija alokacije resursa, pa i monopolizacije, tržišta snažno podstiče brz tehnički progres. Mi se ne možemo suprotstavljati tom procesu samo zato da bismo podsticali slobodnu konkurenciju tamo gdje je ona ekonomski neracionalna i prevaziđena. Umjesto toga mjere kontrole monopolskih tržišnih struktura moraju dobiti na značaju.

Shodno navedenom, po mišljenju, pojedinih ekonomista, da poljoprivredna proizvodnja ne može da se razvija ako se ne obezbjedi politika zaštitnih mjera za poljoprivredne proizvođače i ako im se ne osigura otkup tržišnih viškova. Međutim, to je potrebno isto tako eksplicitno učiniti i za sve one već pomenute djelatnosti od izuzetnog značaja za funkcionisanje nacionalne privrede (energija, čelik, obojeni metali i dr.) čiji su tržišni položaj i ponašanje prevashodno monopolski pa je sasvim logično da se mjerama ekonomske politike, u dijelu kojim se regulišu odnosi između privrednih subjekata i društva kao cjeline reguliše jedan važni segment ukupnog tržišta.

Prema tome, smatram da se mjerama ekonomske politike trebaju utvrditi instrumenti zaštite, odnosno mjere na suzbijanju inflacije, a toj svrsi posebno treba da posluži i kontrola kretanja cijena. Kontrola cijena jest mjera koja omogućuje regulisanje

izuzetnih prilika na tržištu dok se ne otklone pravi uzroci nestabilnosti i neravnoteže u proizvodnji i prometu. Napominjem, da inflaciju treba prije svega suzbijati mjerama koje otklanjaju osnovne uzroke – fiskalna i monetarna politika. U vezi s tim vremensko limitiranje kontrole kretanja cijena, na primjer na šest mjeseci - nije u skladu s ekonomskom suštinom problema koji treba riješiti.

Borba protiv inflacije, pored mjera koje se odnose na globalnu raspodjelu dohotka, daje najbolje rezultate ako je usmjerena na prestrukturiranje privrede u smislu jačanja proizvođača i grana koji su nosioci porasta opšte produktivnosti rada. Sistem kontrole kretanja cijena, ne može sam da riješi taj problem. Selektivna razvojna i kreditna politika i potpomaganje slobodnog ulaska na tržište produktivnijih organizacija u uslovima slobodnog formiranja cijena može da pruži bolje rezultate od kontrole cijena, makar ona uzimala oblik privremenog rješenja nastalog problema, pogotovu ako preduzeće raspolaže sa kadrovima koji mogu odgovoriti postavljenim zadacima. Ti zadaci, u najvećem broju slučajeva su usklađivanje procjene uspješnosti sa ciljevima, preduzeća. Usklađivanje procjene uspješnosti sa ciljevima prema razinama zaposlenika, omogućava nekoliko ključnih akcija: fokusiranje na ključne ciljeve i rezultate; jasno naglašavanje specifične odgovornosti pojedinaca, koje su povezane sa ciljevima i jačanje odgovornosti, pripadnosti i predanosti zaposlenika. Ovi elementi sinergijski utječu na organizacijsku produktivnost i ukupnu uspješnost zaposlenika. Pored evaluacije rezultata rada, procjena talenata obuhvata i njihovu motivaciju, kompetencije, liderski potencijal, tako da ona služi ne samo u cilju utvrđivanja finansijske motivacije, nego i kao alat za napredovanje u karijeri i razvoj njihovih menadžerskih i liderskih potencijala¹³.

13 Katarina Kafadar i Jamila Jaganjac (Utjecaj upravljanja talentima na kreiranje vrijednosti u kompanijama, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije Godina XXI Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt, 2019. Br. 44

Sistem alokacije resursa, bio bi nepotpun ako potrošači ne bi imali mogućnosti da aktivnije učestvuju u rješavanju pitanja koja su od odlučujućeg značaja za kvalitet životnog nivoa koji se ostvaruje posredstvom proizvodnje i prometa dobara i usluga za ličnu potrošnju, čime direktno utiču na primjenu inovacija u proizvodnom procesu. Budući da su inovacije proizvoda i usluga pokretač rasta poduzeća i potiču njegovu uspješnost, postavlja se pitanje kako tržišna orijentacija utječe na razvoj novih proizvoda i usluga.¹⁴

Međutim, način na koji su odgovarajuće postavke u mjerama ekonomske politike formulisane, takav je da se stiče utisak da su one više deklarativne nego jedan element koji je zasnovan na stvarnim potrebama i potrošača i čitavog društva.

U tom smislu, bolje je insistirati na tome i jače istaći tu potrebu da potrošači posredstvom svojih udruženja, imaju pravo i mogućnost da, uz svu potrebnu zaštitu, utiču na suzbijanje monopolskih struktura u robnom prometu i ulazak na tržište efikasnijih trgovinskih organizacija i nosilaca zanatskih usluga. Posebno se ističe potreba da potrošači utiču na obim, kvalitet i alokacije resursau usluga monopolisanih komunalnih djelatnosti. Konačno, za potrošače je bitno da imaju svoju snažnu organizaciju koja u njihova ime, objektivno i odgovorno, obavlja poslove analiza i testiranja proizvoda i odgovarajuće informatike. Udruženje potrošača, već ima svoje mjesto u našem sistemu, ali još više naglašava ulogu i značaj takve organizacije kao i potrebu da se zaštiti i informisanju potrošača pokloni veća pažnja u sredstvima masovnih komunikacija stampi, radiju i, narocito, televiziji.

ZAKLJUČAK

Svrha sistema alokacije resursa jest osiguranje ravnopravnosti privrednih subjekata u obavljanju i stjecanju dohotka,

14 Helena Miloloža (2016): Utjecaj tržišne orijentacije hrvatskih poduzeća na inovacije proizvoda i usluga; Poslovna izvornost, god. X br. 2

zatim osiguranje stabilnosti odnosa na jedinstvenom bosanskohercegovačkom tržištu i, kao treće, zaštita privrede s obzirom na njenu otvorenost prema svijetu. Prema tome, trebalo bi razmisliti o teoretskim i prakticnim problemima razvojnih ciljeva zemlje kao cjeline i o ciljevima entiteta (FBiH i RS) i Distrikta Brčko, koji proističu iz potrebe alokacije resursa, odnosno ekonomskoj politici u kojoj se zastupaju razvojni ciljevi zemlje kao cjeline, jer se mora pretpostavljati jedinstvo tržišta. Ali pored zajedničkih ciljeva zemlje kao cjeline mogu se formulisati i ciljevi entiteta, pa mora, prema tome, doći do procesa usklađivanja, koji u našoj zemlji nije ni brz ni lak.

Opšta metoda realizacije sistema alokacije resursa na nivou Bosne i Herecegovine jest djelovanje zakonitosti tržišta i usmjeravanje privrednog i društvenog razvoja te usklađivanje odnosa na tržištu. Na taj način, alokacije resursa kao i cjelokupna problematika alokacije resursa ima izuzetno mjesto u svakom privrednom sistemu zasnovanom na robnom privređivanju. Područje je složeno u teoretskom pogledu, a i društvenom je osjetljivo jer o njemu ovisi ekonomski položaj pojedinih robnih proizvođača. O njemu ovisi odvijanje proširene reprodukcije i ostvarivanje ciljeva ekonomske politike.

No, i unatoč značaju alokacije resursaju koji se pridaje sistemu alokacije resursa, treba konstatirati da se funkcioniranje sistema alokacije resursa u višegodišnjem razdoblju - da ne idemo u dalju prošlost susretalo s brojnim i raznovrsnim problemima, teškoćama i dilemama.

Transfer tehnologije ključni je element ostvarivanja međunarodne konkurentnosti, kao rezultat alokacije resursa, te je posebno značajan za opstanak na globalnom tržištu. Glavni faktori i sudionici uključeni u tehnološki transfer su dobavljači tehnologije i primatelji te opšta ekonomska, politička i tehnička infrastruktura. Razvoj tehnologije i transfera u velikoj mjeri je doprinio alokaciji resursa na globalnom nivou i uveliko je pod uticajem dvosmjernog stranog ulaganja

i izvoza. Tehnološki napredak u velikoj mjeri određuje ko ima moć, kolika je ona i ko je prvopoteznik. Klasičan obrazac alokacije resursa mijenja se u pristupu naglašenog tehnologijskog, marketinškog i naučnog klastera. U budućnosti istraživanja mogu uključiti razumjevanje uticaja i drugih faktora na preduzeće: standardizacije proizvoda, razvoja sposobnosti upravljanja znanjem, strategije partnerstva itd. Posebno je zanimljiv reverzibilni transfer tehnologije unutar preduzeća, posebno u zemljama u tranziciji.

Literatura

- [1] Anita Radman Peša, Zdenko Prohaska & Ana Maria Smokrović, Kritički pristup, teoriji ekonomije dijeljenja – inovativni model na raskrižju misli I prakse, Poslovna izvrsnost
- [2] Arnela Nanić i Mirko Palić (2017): Potrošački etnocentrizam: pokretač ili kočnica razvoja gospodarstva Bosne i Hercegovine, Poslovna izvrsnost, Zagreb, god. XI br. 1
- [3] Bahtijarević Šiber, F. (2014): Strateški menadžment ljudskih potencijala. Školska knjiga. Zagreb.
- [4] Brady, M. K., Bourdeau, B. L., & Heskel, J. (2005): The importance of brand cues in intangible service industries: an application to investment services *Journal of Services Marketing*, 19(6), 401–410.
- [5] Bodiroga – Vukobrat, N. (1999): Harmonizacija prava tranzicijskih zemalja sa europskim zemljama, Sarajevo: Pravna misao.
- [6] Cenić, S. (2008): Bosanskohercegovačka privreda – mogući pokretač ili faktor blokada u procesu evropskih integracija, Sarajevo: Fondacija Heinrich Boll.
- [7] Dautbašić, S. (2004): Funkcionisanje i organi dioničkog društva, Sarajevo: Pravna misao.
- [8] Grybaite, V. & Stankevičienė, J. (2016) Motives for participation in the sharing economy – evidence from Lithuania. *Economics and Management*, 3, str. 12-14. <http://pbc.biaman.pl/Content/47593/Ekonomia%20i%20Zarz%C4%85dzanie%200vol%208%20iss%204.pdf>
- [9] Grubešić, I. (2009): Usklađenost pravnih propisa o dioničkim društvima u Bosni i Hercegovini s uredbom o Statutu evropskog društva u svjetlu izmjena nacionalnog zakonodavstva o trgovačkim društvima, Sarajevo: Centar za politološka istraživanja.
- [10] Helena Miloloža (2016): Utjecaj tržišne orijentacije hrvatskih poduzeća na inovacije proizvoda i usluga; *Poslovna izvrsnost*, god. X br. 2
- [11] Hunt, Steven. T. (2014): *Common Sense Talent Management: Using Strategic Human Resources to Improve Company Performance*. Pfeiffer
- [12] Horak, H., Dumančić, K. (2007): Europsko društvo societas europea kao novost uhr vatskom pravu, Zagreb: Zbornik radova Ekonomskog fakulteta
- [13] Jurić, D. (2008), *Europsko pravo društava*, Rijeka: Pravni fakultet.
- [14] Jaganjac. J., Pulić. A., Handžić. M., Virijević .J.S., Radovanović. L. (2018): Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom i znanjem. Sveučilište „Vitez”, Vitez.
- [15] Katarina Kafadar i Jamila Jaganjac (Utjecaj upravljanja talentima na kreiranje vrijednosti u kompanijama, *Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije Godina XXI Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt*, 2019. Br. 44
- [16] Kim, D., Magnini, V. P., & Singal, M. (2011): The effects of customers' perceptions of brand personality in casual theme restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2011), 448–458.
- [17] Mirza Čaušević, Ajla Sinanović i Anela Husić (2019): Odnos evropsko društva I dioničarskog društva u zakonodavstvu Bosne I Hercegovine, *Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije Godina XXI Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt*,

2019. Br. 44

- [18] Lawler, Edward. E., Boudreau, John. W. (2015): Global trends in human resource management. A twenty year analysis. Stanford University Press. Standord. CA
- [19] Lazibat, T. (2003), Sustavi kvalitete i hrvatsko gospodarstvo, Ekonomski pregled, 54
- [20] Petar S., Marušić T. (2019), Kvaliteta proizvoda kao čimbenik stvaranja marke, Poslovna izvrsnost, Zagreb, god.. br. 2
- [21] Petar, S. (1996), Uvod u upravljanje kvalitetom, Nading, Zagreb.
- [22] Rajčević, M. (2007): Pojam i priroda korporativnog upravljanja, Sarajevo: Pravna riječ.
- [23] Schor, J. & Fitzmaurice, C. (2014) Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy, str. 4-9. https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SocCom

ETIČKI ASPEKTI U ZDRAVSTVU

ETHICAL ASPECTS IN HEALTHCARE

Irmelina Karić*

SAŽETAK

S obzirom da je medicinska etika specifično područje proučavanja etičke ispravnosti medicinskih postupaka, ona je stoga najviše povezana s medicinom i pritom posebno ističe važnost poštivanja života te djelovanje za dobro bolesnika. Specifičnost proizlazi, prije svega, iz toga što se medicina bavi čovjekovim životom i zdravljem što, samo po sebi, nosi veliku odgovornost. Specifični su i odnosi koji se uspostavljaju između medicinskih radnika i pacijenata. Pacijent je u ovom odnosu u podređenom i zavisnom položaju, što stvara preduvjete za njegovu zloupotrebu. Zbog prirode posla, teško se uspostavlja vanjski nadzor odnosno kontrola u cilju sprječavanja ovih zloupotreba. To sa svoje strane potencira značaj unutrašnjeg nadzora i kontrole uz pomoć medicinske etike. Medicinska etika senzibilizira medicinske radnike za probleme etičke prirode i pomaže im u njihovom prepoznavanju i rješavanju.

Ključne riječi: etika, zdravstvena njega, pacijent, komunikacija, kvalitet života

SUMMARY

Since medical ethics is a specific area of study of the ethical correctness of medical procedures, it is therefore most related to medicine and emphasizes the importance of respect for life and action for the good of patients. The specificity stems, first of all, from the fact that medicine deals with human life and health, which, in itself, carries a great responsibility. The relationships that are established between medical workers and patients are also specific. In this relationship, the patient is in a subordinate and dependent

position, which creates preconditions for his abuse. Due to the nature of the work, it is difficult to establish external supervision or control in order to prevent these abuses. This, in turn, emphasizes the importance of internal oversight and control through medical ethics. Medical ethics sensitizes health professionals to problems of an ethical nature and helps them identify and address them.

Keywords: ethics, health care, patient, communication, quality of life

UVOD

Etika kao filozofska disciplina proučava skup načela moralnog ponašanja koja se zasnivaju na vrijednostima kao što su dobro, poštenje, istina, humanost, dužnost i slično. Pored proučavanja zasnovanosti morala, etika se bavi i istraživanjem njegovih izvora i ciljeva, kao i smisla moralnog htjenja i djelovanja. Etika, prema tome, proučava što je to moralni sud i na osnovu kojih se mjerila donosi kada procjenjujemo vlastiti karakter i postupke, kao i karakter i postupke drugih. Ona ima zadatak ne samo da objasni povijesni razvoj određenog morala i utjecaj društvenih činilaca na taj razvoj (sociologija morala), već i zadatak da se kritički odredi prema postojećoj moralnoj praksi, odvajajući ono što je istinski dobro i vrijedno sa stanovišta smisla života i njegovih najviših ciljeva. Ona, prema tome, nije neutralna u odnosu na moralnu praksu. Etika ima važan zadatak da radi na stvaranju i uobličavanju boljih moralnih načela (Kalauz, 2012).

* - Visoka škola CEPS - Centar za poslovne studije, Kiseljak, Bosna i Hercegovina

POJAM I UTEMELJENJE POJMA ETIKE

Pojam morala je u tijesnoj vezi sa pojmom etike. Moral i etiku, međutim, ne treba poistovjećivati. Dok je moral određena pojava odnosno praksa u društvenom životu, etika je nauka o moralu kao društvenom fenomenu, na latinskom odnosno grčkom jeziku, moral i etika imaju isto značenje, što stvara određenu zabunu - *moralis* - običaj i *ethos* – običaj.

Osim toga, u cilju boljeg razumijevanja, treba reći da postoji i semantička distinkcija između termina moral i etika. Tako se, na primjer, termin moral više upotrebljava za one vrijednosti koje jedno društvo prihvata kao univerzalne načeloe. Termin etika se, s druge strane, obično koristi za vrijednosna načela koji su relevantni za neki poseban kontekst, domenu aktivnosti ili profesiju (Šegota, 1997).

Pod pojmom „moral“ podrazumijeva se obično skup nepisanih društvenih normi na osnovu kojih ljudi oblikuju svoja rasuđivanja i svoja ponašanja u odnosima sa drugima u društvenoj zajednici odnosno u društvenoj grupi kojoj pripadaju. Norme se zasnivaju na opće usvojenim moralnim vrijednostima sa stanovišta dobra i zla, ispravnog i neispravnog, poštenog i nepoštenog i slično. Samim tim što utječe na stavove ljudi i njihove postupke prema drugima, što regulira odnose među njima, moral je važan činilac kohezije među ljudima koji pripadaju određenoj zajednici odnosno društvenoj grupi. Pored moralnih, postoje i druge norme odnosno pravila ponašanja kojima se reguliraju društveni odnosi. To su, prije svega, običajne i pravne norme. Ovdje spadaju i religiozne norme (Prlić, 2013).

Na osnovu moralnih normi donosimo svoj moralni sud o nekom čovjeku i tako dolazimo do zaključka da je on dobar/za, moralan/amoralan, pošten/nepošten i slično. Pri tom se vrši i stupnjevanje tih procjena. Na osnovu istih normi donosimo svoj moralni sud i o samom sebi.

Moralne norme se, dakle, pretvaraju u moralne sudove. I obratno, ti moralni sudovi

služe daljem uobičajavanju moralnih normi. Moralni sud, istovremeno, znači i poruku akteru, u smislu podrške, odobravanja ili u smislu osude, zahtjeva da izmjeni svoje ponašanje i slično.

Prema moralnim normama koje postoje u društvenoj zajednici oblikuje se karakter i postupanje ljudi. Moralni sud se donosi na osnovu procjene karaktera i postupaka. Suđenje o karakteru nije moguće direktno. Ono se obavlja preko analize postupaka i to, ne preko onoga što su ti postupci proizveli, već uz pomoć procjene pobuda, motiva, namjera koje su do njih dovele. Na osnovu toga, procjenjuju se sa moralnog stajališta odgovornosti odnosno zasluge za postupanja. Sa tog stajališta, čovjek je odgovoran odnosno zaslužan samo za ono što je nastalo pod utjecajem njegove svjesne i slobodne volje, što je bilo predmet njegove slobodne voljne odluke i izbora. Ako je do postupka došlo uslijed, recimo, spleta slučajnih okolnosti, onda je takav postupak sa moralnog stajališta indiferentan.

Procjena efekata nekoga postupka, koja se vrši sa socijalnog stajališta (koristan ili štetan) nije od bitnog značaja za donošenje moralnog suda o akteru, mada može da utječe na konačnu procjenu tj. konačan moralni sud u smislu izvjesnog potenciranja ili ublažavanja već donijetog zaključka o karakteru (Kalauz, 2012).

Procjene karaktera koje dovode do zaključka da je akter dobar čovjek, tj. moralno valjana ličnost ili suprotno, mogu biti iz raznih razloga pristrane. Osim toga često se dešava da se na osnovu procjene jedne osobine donosi pogrešno opći moralni sud o čovjeku. Zbog toga, treba imati u vidu da je za pouzdaniju procjenu morala neophodno, prije svega, dobro i svestrano sagledavanje pobuda, motiva, namjera koje stoje u osnovi nekog ponašanja.

Moralne sankcije oblikuju moral odnosno moralne norme. Sankcije mogu biti vanjske i unutrašnje. Vanjske sankcije u vidu nagrade osnovno kazne u najširem smislu tog pojma, sprovodi društvena zajednica i one zavise od poštovanja ili nepoštovanja moralnih

normi. Unutrašnje sankcije potječu od naše savjesti koje procjenjuje naš lični karakter i ponašanja. U zavisnosti od te procjene javljaju se prijatna ili mučna osjećanja u vidu radosti, ponosa ili grižnje savjesti, kajanja i slično (Šegota, 1997).

Ovdje treba reći da naša savjest nije nepogrešiva i da ove procjene zavise od njene razvijenosti, od toga koliko je čovjek usvojio moralne normale. U tom pogledu postoje velike razlike među ljudima. Moral ima svoj povijesni razvoj i mijenja se tokom vremena. Čovjek je društveno biće i jedan od oblika njegove društvene svijesti je moralna svijest. Moral kao nadgradnja ima svoju samostalnost i povratno djeluje na društveno-ekonomske odnose i druge oblike nadgradnje. Društvo, drugim riječima iskazano, formira čovjeka, ali i čovjek formira društvo. Čovjek je istovremeno i kreatura i kreator društva (Kalauz, 2012).

U zavisnosti od svog usmjerenja na određene, naprijed spomenute zadatke, etika se dijeli na svoje uže subdiscipline. Tako se, na primjer, teorijska etika ili filozofska teorija etike bavi proučavanjem porijekla, ciljeva i smisla moralnog djelovanja. Ona sistemski proučava vrijednosne koncepte „dobro“, „loše“, „treba“, „ispravno“, „pogrešno“ itd. kao i opća etička načela koje treba primjenjivati u ponašanju tj. postupcima prema drugima. Naziva se još i moralnom filozofijom. Teorijska etika usporednim proučavanjem morala u različitim sredinama utvrđuje njihove sličnosti i razlike i pokušava da ih objasni. Ona se bavi komparativnim istraživanjem morala i drugih oblika reguliranja ljudskih postupaka koji imaju svoju osnovu u običajima, pravu, religiji itd. Ova istraživanja omogućuju da se bolje upozna i osnova i geneza morala.

Sociologija morala, kao posebna subdisciplina etike istražuje funkcionalne odnose i kauzalne veze između određenog morala i oblika društvene zajednice. Psihologija morala proučava njegovu subjektivnu, psihološku stranu, tj. način formiranja i djelovanja normativne svijesti, kojom jedino čovjek raspolaže, na moralno

rasuđivanje i ponašanje. Najzad, etika u praksi pokušava da formuliра (kodificira) i obrazloži obaveze i dužnosti koje proizlaze iz etičkih načela, zasnovanih na vrijednosnim normativima koji reguliraju moralno rasuđivanje i ponašanje (Priest, 2014).

MEDICINSKA ETIKA I OSNOVNA NAČELA

Medicinska etika usredotočena je na etička pitanja iz područja zdravstvene djelatnosti i medicinskih nauka, a zbog kompleksnosti područja interesa dijeli se na više specijalnih etika, od kojih je jedna i etika sestrinstva. Medicinska etika moralna je tvorevina nastala prije 2500 godina, na maloazijskom otoku Kosu, na kojem se rodio „otac naučne medicine“ - Hipokrat (460.- 377 p.n.e.). Njegovo djelo, Hipokratova zakletva, najstariji je i najcjelovitiji medicinski etički dokument objavljen do danas. Sadržaj dokumenta bavi se etičkim načelima i normama vezanim uz liječničku struku, a na koju su se kasnije nadovezali svi postojeći liječnički kodeksi. Uz navedene medicinske kodekse, savremenu medicinsku etiku čine deklaracije, konvencije i dokumenti koji nemaju obaveznost zakona nego apeluju na moralnu svijest i savjest onih kojima su namijenjeni (Mirilović, Pavlič, 2014).

Pojam medicinska etika prvi put opisao je engleski liječnik Thomas Percival, objavivši je 1803. godine u Kodeksu medicinske etike publiciranom u 1803. godine u Manchesteru. On je naglašavao činjenicu da se uposleni koji rade direktno s bolesnicima moraju etički odnositi prema njima, što nije uključivalo samo liječnike, nego i druge naučnike, a to je dovelo do formiranja sestrinske etike kao zasebne etičke discipline u okviru biomedicine (Šegota, 1997).

Pored općih etičkih načela na kojima počivaju sve profesionalne etike, medicinska se etika zasniva i na etičkim načelima specifičnim za medicinske radnike. Ova su načela sadržana u medicinskom etičkom kodeksu za liječnike i druge stručnjake angažirane u ovom odgovornom poslu. Ima mnogo zajedničkih

elemenata u etičkim kodeksima svih stručnih disciplina angažiranih u medicini, ali i određenih specifičnosti koje odražavaju njihov položaj u sistemu zdravstvene zaštite, kao i njihovu ulogu, zadatke i odgovornosti. Kada je riječ o etičkim načelima, treba reći da se pod tim pojmom podrazumijevaju moralna pravila ili zahtjevi. Razlikuju se tzv. fundamentalna (bazična) etička načela i načela koji su iz njih izvedeni ili s njima povezani. Što se tiče fundamentalnih etičkih načela u medicini, oni imaju svoju ne samo povijesnu i kulturnu, već i logičnu osnovu, što čini da se oko njih lako postiže konsenzus od strane medicinskih radnika i svih ostalih u čitavom svijetu.

Oni se prihvaćaju logičnim razmišljanjem, pa i intuicijom kao bazični od svih medicinskih škola i svih stručnih disciplina angažiranih u radu na zaštiti i unapređenju zdravlja. Tekst koji slijedi to na najbolji način ilustrira.

Već detaljnija analiza Hipokratove zakletve jasno ukazuje na četiri načela na kojima Zakletva počiva i na koje može da se svede:

- načelo dobrotvornosti (odnosno humanosti),
- načelo pravednosti (nediskriminacije po bilo kom osnovu),
- načelo poštovanja ličnosti pacijenta i
- načelo poštovanja života (Mirilović, Pavlić, 2014).

Ova su načela zastupljeni i u Ženevskoj deklaraciji kao moderniziranoj verziji Hipokratove zakletve, ali i u svim drugim savremenim etičkim deklaracijama, rezolucijama i iskazima. Oko njih se lako postiže suglasnost u svim sredinama, jer su logično zasnovani. Etički kodeksi svih stručnih disciplina angažiranih u medicini na njima počivaju. Redoslijed kojim su izneseni ovi etički načela nema neki važniji značaj iz prostog razloga što između njih postoji uzajamna zavisnost. Jedan bez drugog se ne mogu uspješno realizirati. Istine radi, treba reći da su u zavisnosti od društveno-ekonomskih, kulturnih i drugih prilika nekad jedni, a nekad drugi dobivali prevagu nad ostalima.

No, uvijek uz saznanje da svi moraju opstati u medicinskoj etici. U robovlasničkim, feudalnim i drugim visoko hijerarhiziranim društvenim zajednicama, koje su od svojih članova zahtijevale kooperativnu poslušnost, prevagu je imao načelo dobročinstva u sklopu benevolentnog paternalizma kada je u pitanju zaštita zdravlja u odnosu na druga načela (naročito nad načelom pravednosti i poštovanja ličnosti). Međutim, već su filozofi antičke Grčke shvatiti tijesnu povezanost i uzajamnu zavisnost ovih načela kada se radi o zaštiti zdravlja. Rimska civilizacija je svojim zakonima snažno zastupala univerzalnu prirodu pravde, pa time i načelo pravednosti u medicini. Kršćanstvo i judaizam su, pored zastupanja paternalističkog dobročinstva, svojom tezom da treba voljeti bližnje kao samoga sebe, počeli jače da ističu brigu o socijalnoj pravdi. Socijalistička društva su zadržala benevolentni paternalizam i dobrotvornost u okviru njega kao važan etički načelo, ali uz izrazito naglašavanje da bez univerzalne socijalne pravde nema pravde ni za pojedinca.

Ovaj je stav neminovno vodio ograničavanju individualnih prava i interesa, u korist prava i interesa društvene zajednice, što se odrazilo i na medicinsku etiku i na zdravstvenu zaštitu. Najzad, tzv. „liberalni i demokratski sistemi“, snažno ističu načelo poštovanja ličnosti, polazeći od toga da poštovanje ličnih prava i sloboda predstavlja vrhovni organizacioni načelo zajednica sa ovim društvenim uređenjem. No bez obzira na favoriziranje pojedinih etičkih načela u različitim fazama društvenog razvoja, činjenica je da su svi oni opstali, što ukazuje na njihovu fundamentalnu prirodu i neraskidivu uzajamnu povezanost (Priest, 2014).

Svi naprijed spomenuta etička načela mogu se smatrati fundamentalnim i zato što su druga

etički načela u medicini iz njih izvedeni ili s njima tijesno povezani. Vidi se to iz sljedećeg prikaza. Dobrotvornost predstavlja sinonim za humanost. Pod humanošću se u ovom smislu podrazumijeva ljubav prema pacijentu, spremnost da mu se pruži

pomoć kada je u nevolji i da se požrtvovano štite njegovi interesi, kao i spremnost da se preuzme odgovornost za takvo angažiranje (Mirilović, Pavlić, 2014).

Pojam humanosti u novije vrijeme obuhvaća i ljubav i odgovornost ne samo prema čovjeku pojedincu (pacijentu), već i prema zajednici. Dobrotvornost odnosno humanost predstavlja jedan od izvora medicinskog etosa. Za etički načelo dobrotvornosti odnosno dobročinstva, pored zahtjeva da liječnik predano služi najboljim interesima svog pacijenta i niza drugih etičkih zahtjeva, vezan je i jedan od najznačajnijih etičkih načela u medicini – „*primum non nocere*“. Ovo načelo obavezuje liječnika da vodi računa, prije svega, da ne naškodi svom pacijentu. Tamo gdje se to ne može sa sigurnošću postići, zbog određenog rizika povezanog sa liječenjem ili nekom drugom intervencijom, od liječnika se zahtjeva da brižljivo procjeni moguće koristi i rizike po pacijenta, pa da na osnovu toga donosi odluke.

Drugi izvor medicinskog etosa je pravda odnosno načelo pravednosti. Za ovaj fundamentalni etički načelo vezani su svi etički načela koji ističu pravo na život i zdravlje svih ljudi, uz zabranu diskriminacije po bilo kom osnovu. Ovdje spadaju i zahtjevi za takvom distribucijom zdravstvenih resursa i tehnologije koja osigurava dostupnost cjelokupnom stanovništvu, kao i zahtjevi da se fondovima solidarnosti i na druge pogodne načine omogući i ekonomski ugroženom stanovništvu korištenje zdravstvene zaštite. Priličan broj etičkih načela izveden je iz fundamentalnog zahtjeva da se poštuje ličnost pacijenta, njegovo dostojanstvo, pravo na slobodu, opća ljudska i građanska prava itd. Tokom posljednjih par decenija, medicinska etika je prosto preplavljena ovim zahtjevima.

Spomenut ćemo samo neke od njih kao što su pravo na informiranu suglasnost kada su u pitanju dijagnostičke i terapijske procedure, pravo na slobodan izbor liječnika, zaštita od torture, grubih i nehumanih postupaka kao i od eksploatacije i zloupotrebe u

bilo kom vidu, pravo na liječenje što bliže prirodnoj sredini pacijenta i uz najmanje moguće ograničenje slobode, nedobrovoljna hospitalizacija i prinudno liječenje samo u striktno određenim slučajevima i uz poštovanje strogo definirane procedure (Priest, 2014).

Poštovanje života, poštovanje prava na život svih ljudskih bića je jedan od bazičnih etičkih načela za medicinu, ali i ne samo za nju. Uobičajeno je da se govori o svetosti života, tj. neprikosnovenom pravu čovjeka na život iz čega se izvlači i načelo o zabrani oduzimanja života odnosno ubijanja. U novije vrijeme, pored prava na život svih ljudskih bića, iznosi se i njihovo pravo na kvalitetu života, a to uključuje, između ostalog, i pravo ne samo na zaštitu zdravlja, već i pravo na unapređenje zdravlja. Iz ovog fundamentalnog etičkog načela proizlazi čitav niz etičkih stavova u medicini koji se tiču, recimo, eutanazije, suicida, abortusa, smrtne kazne (Mirilović, Pavlić, 2014).

U medicinskoj etici posebno mjesto pripada odnosu između medicinskog radnika i pacijenta. Taj odnos ima, prije svega, karakteristike ugovornog odnosa zasnovanog na uzajamnim pravima i obavezama i jedne i druge strane, tj. na reciprocitetu. Ove su karakteristike najizraženije kada kompetentan pacijent traži i prima odgovarajuću pomoć od liječnika u privatnoj ordinaciji. Treba, međutim, istaći da čak i u takvom odnosu, liječnik obavlja i javnu funkciju, uz dužnost da vodi računa ne samo o interesima pacijenta, već i o interesima društvene zajednice. Ponekad su te odgovornosti u međusobnom konfliktu, što dovodi do ozbiljnih etičkih dilema. Sa socijalizacijom medicine, sve jače dolaze do izražaja javne funkcije liječnika i drugih zdravstvenih radnika.

Naravno, karakteristike odnosa između liječnika i pacijenta suštinski se mijenjaju kada je pacijent nekompetentan da samostalno štiti svoje interese i donosi odluke o liječenju i, naročito, kada ozbiljno ugrožava sebe i svoju sredinu. Svi naprijed spomenuti etički načela moraju se tada prilagođavati

ovim okolnostima (Matulić, 2007).

DOBROČINSTVO I NEŠKODLJIVOST

Dobročinstvo je već naglašeno u jednoj od deset normi Hipokratove tradicionalne medicinske misli, a zdravstvena njega je upravo takva – dobročiniteljska.

Dobročinstvo i neškodljivost zahtijevaju od osobe koja njeguje bolesnika obavezu maksimalne dobrobiti i minimalne štete za bolesnika. (Bašić, Horvat, Kolačko, Novak, 2011).

U provođenju zdravstvene njege da bi se poštivala načela dobročinstva i neškodljivosti od velike je važnosti individualan pristup svakom pojedinom bolesniku. Ono što je za jednog bolesnika vrhunac dobrobiti i neškodljivosti za drugog bolesnika ne mora biti, ili se prema tom drugom bolesniku istim intervencijama ne ostvaruje maksimalno dobročinstvo i minimalna škodljivost. Između bolesnika i osoba koje ga njeguju mora postojati partnerski odnos i upravo on osigurava maksimum činjenja dobrog, odnosno ne činjenja škodljivog. Zdravstveni radnici i bolesnik u provođenju zdravstvene njege moraju biti partneri.

Bolesnika mora biti uključen u sve aspekte zdravstvene njege, od utvrđivanja potreba do evaluacije. Potrebno je naglašavati i oslanjati se na bolesnikove jake strane, a ne na slabosti i nedostatke. Uloga bolesnika mora biti aktivna, ne smije se ga podcjenjivati, raditi umjesto bolesnika ono što on može sam, a pomoć pružatelja zdravstvene njege mora biti pravilno dozirana. Postoji opasnost demotiviranja kod postavljanja prelaganih zadataka, odnosno obeshrabrenja kod postavljanja preteških zadataka.

Pružatelji zdravstvene njege moraju imati razvijene komunikacijske vještine kako bi stekli povjerenje bolesnika, što je preduslov za razvoj partnerskog odnosa.

Partnerski odnos gradi se kroz pokazivanje iskrenog razumijevanja, pažnju, zainteresovanost i empatiju, poticanje bolesnika na izražavanje vlastitih misli, osjećaja, uvjerenja, stavova, htijenja i

očekivanja (Mojsović i sur. 2004).

Iako je cilj dobročinstva činiti što je moguće bolje za bolesnika, treba imati i dozvolu za to djelo što je naglašeno kroz pojam autonomije bolesnika u donošenju odluka, a bazira se na bolesnikovoj odluci o tretmanu nakon informiranosti o njemu, odnosno na informiranoj saglasnosti (Prlić, 2013).

AUTONOMNOST

Autonomnost je bazirana na samosvjesnosti i samoodređenju bolesnika i na pravu bolesnika o donošenju odluka. Koncept čestitosti i informirane saglasnosti osnova su autonomije bolesnika.

Zdravstveni radnici su dužni prilagoditi informaciju bolesnikovoj naobrazbi i mogućnosti shvatanja. Informacija mora biti pružena pravovremeno kako bi bolesnik mogao na vrijeme završiti svoje poslove i zadovoljiti obveze (Kalauz, 2012).

Bolesnikova prava na autonomiju određena su Europskom deklaracijom o unapređenju prava pacijenata (1994.) i Etičkim kodeksom.

PRAVEDNOST

Princip pravednosti je rješenje svih diskusija čija je srž problema u različitosti. Različitost, osobito mišljenja i stavova najčešći je problem nevjerovanja bolesnika u odluke zdravstvenih radnika kao i ostalih članova interdisciplinarnog tima zdravstvene njege osoba s posebnim potrebama. Princip pravednosti znači pošteno, jednako, primjereno pružanje usluga, određeno društvenim normama svim bolesnicima, bez obzira na rasu, vjeru, nacionalnost, spolnu orijentaciju, medicinsku dijagnozu i drugo (Kalauz, 2012).

Pravednost zahtijeva pravilnu distribuciju vremena pružatelja zdravstvene njege, stručnosti i resursa, kao i što pravedniju dodjelu rijetkih medicinskih resursa.

NAČELO ISTINITOSTI

Poštivanjem načela istinitosti stvaraju se

temelji povjerenja u interpersonalnim odnosima. Govorenje istine obitelji (načelo dobročinstva) osobe s posebnim potrebama omogućava se aktivno sudjelovanje obitelji u procesu donošenja odluka (autonomija). Neistina i ispraznost česti su protivnici kvalitetnog odnosa između pružatelja zdravstvene njege i bolesnika te njegove obitelji, u takvim situacijama bolesnici se često izoliraju iza zida riječi ili šutnje, a njihovi problemi vezani uz strah, tjeskobu ili druge obuzetosti ostaju neotkriveni (Kalauz, 2012).

U mnogim kulturama istinitost je temelj za uspostavu odnosa povjerenja i njome se izražava poštovanje.

Temeljno je pravo svakog čovjeka pravo na istinu, ne smije se lagati niti obmanjivati. Upravo je istinitost jedan od najvažnijih principa modernih zdravstvenih sistema u svijetu.

Zdravstveni su radnici dužni govoriti istinu, jer laganje narušava odnos povjerenja s bolesnikom i njegovom obitelji, a samim tim i sve buduće aktivnosti.

Gubitak povjerenja ili neprimjereni način komunikacije može onemogućiti kvalitetno provođenje liječenja i zdravstvene njege te doprinijeti neželjenim posljedicama za bolesnika. Pri govorenju istine mora se voditi računa o različitosti situacija, kulturi i društvenom sistemu (Mojsović i sur. 2004).

NAČELO TERAPIJSKE RAZMJERNOSTI

Načelo terapijske razmjernosti bazira se na moralnoj obavezi pravednog provođenja svih terapijskih postupaka koji su u odnosu razmjernosti između primjenjivih sredstava i predvidivog rezultata. Treba se voditi računa o korisnosti ili uzaludnosti postupka, o alternativnim mogućnostima, o rizicima i pogodnostima, kao i o cijeni. Liječnička odgovornost je dvostruka – sačuvati život i ublažiti patnju.

NAČELO DVOSTRUKOG UČINKA

Načelo dvostrukog učinka označava uslove koji se trebaju poštivati da bi izvršenje nekog čina s dvostrukim efektom (dobrim i lošim) bilo opravdano.

Medikamentozno liječenje često ublažava prisutne probleme (smanjuje bol, olakšava disanje itd.), ali istovremeno ima i neželjene učinke kao što su respiratorna depresija, smanjenje stepena budnosti, smanjenje ili čak lišavanje svijesti itd.

NAČELO PREVENCIJE

Pri pružanju zdravstvene njege osobama s posebnim potrebama moguće je predvidjeti moguće komplikacije i/ili simptome koji se s najvećom učestalošću javljaju u razvoju određenih bolesti i stanja, što spada u medicinsku odgovornost.

Potrebno je uvesti određene mjere preveniranja komplikacija i/ili simptoma te savjetovati obitelj o najboljim procedurama koje treba slijediti, kako bi se izbjegle nepotrebne patnje oboljelog, a time i njegove obitelji (Mojsović i sur. 2004).

NAČELO NENAPUŠTANJA

Bolesnici ili njihove obitelji imaju pravo odbiti preporučene oblike liječenja i zdravstvene njege, čak i onda kada liječnik smatra da je to potpuno neprikladno (Mojsović i sur. 2004). U takvim situacijama liječnik ima etičku i moralnu obvezu ne napuštanja bolesnika, i u takvim situacijama liječnik mora biti uz bolesnika te uspostaviti empatičku komunikaciju koja može rezultirati ponovnim bolesnikovim promišljanjem o određenim odlukama u vezi liječenja i zdravstvene njege.

ETIČKI ASPEKTI KOMUNIKACIJE U ZDRAVSTVU

Da bi neko zanimanje postalo profesija, mora sadržavati pet faktora, i to: teorijskometodološke osnove, stručni

monopolizam, prepoznatljivost u javnosti, organizovanost i etika (Radić, 2007). Komunikacija liječnika i bolesnika nucleus je medicine orijentirane prema čovjeku, a ne prema bolesti. Odnos između liječnika i bolesnika predstavljao je i predstavljat će važan oblik međuljudske komunikacije. Njihov se odnos tijekom povijesti mijenjao jer su uloge bolesnika i liječnika bile različite. Prvenstveno su ovisile o epohi i sociokulturalnim zbivanjima, ali i tehnološkom razvoju medicine u pojedinom razdoblju. Dijagnoze i intimni detalji o bolesniku raspravljani su među kolegama na latinskom jeziku.

Tradicionalni pogled na odnos liječnik – bolesnik sadržan je u Platonovu opisu liječnika u kojem liječnik pregledava bolesnika i nakon toga pokazuje nalaze i daje preporuke bolesniku i obitelji. Takav odnos pretpostavlja ovisnost bolesnika laika o liječniku stručnjaku, pri čemu bolesnik ima podređenu ulogu (Đorđević, Braš, 2011).

Posljednjih nekoliko desetljeća svjedoci smo vrlo intenzivnih promjena uzrokovanih nizom faktora između kojih je jedan od vodećih ubrzan napredak nauke i tehnologije. Očekuju se brži i povoljniji rezultati liječenja, traže pretrage, odnosno dijagnostička obrada koja nije uvijek indicirana u pojedinim slučajevima. Sve to mijenja odnos na relaciji bolesnik – liječnik i zahtijeva stalnu prilagodbu svih zdravstvenih djelatnika novonastalim situacijama, što uključuje i potrebu sofisticiranijeg načina komuniciranja s bolesnikom i njegovom obitelji.

Osim prikupljanja informacija vezanih uz dijagnostički proces, bolesnicima i članovima obitelji potrebno je davati precizne informacije o svim dijagnostičkim i terapijskim postupcima, te rješavati kompleksnije probleme, intervenirati u kriznim situacijama, obavljati ulogu savjetnika u nizu životnih situacija vezanih uz bolest i mogućim ishodima liječenja (Lučanin, Despot-Lučanin, 2010).

Uz to je nužno poštovanje etičkih principa u okviru kompletne medicinske struke

(Đorđević, Braš, 2011). Kao zdravstveni djelatnici nismo uvijek u mogućnosti birati sugovornike (bolesnike), ali zato možemo izabrati način na koji ćemo prenijeti poruku kako bi ona postigla svoj cilj. Zasigurno je potrebno uložiti trud da oblik i sadržaj poruke prilagodimo primaocu, odnosno bolesniku i/ili članovima njegove obitelji.

Vještina komuniciranja jedna je od ključnih kompetencija za osobnu realizaciju i razvitak kvalitetnog odnosa između zdravstvenog osoblja i bolesnika. Komunikacija u medicini klinička je vještina koja se uči, podučava i prakticira (Krešić, 2013).

Jedan od najvažnijih ishoda uspješne komunikacije između liječnika i bolesnika stjecanje je poštovanja, a time uzročno-posljedično i povjerenja bolesnika u liječnika i cijeli zdravstveni tim koji provodi zdravstvenu njegu. Korištenjem vlastite moralne izvrsnosti uz kvalitetnu sposobnost korištenja etičkih principa u praksi možemo stvoriti pozitivno okruženje za bolesnika i lakše pronalaziti rješenja za njegove probleme.

Razlika medicinske etike koja liječnika usmjerava na bolest, sestrinska etika otvara mogućnost da svoje znanje i osobne vrijednosti koristi za što kvalitetniju njegu samog bolesnika (patient-centred) (Cribb, Tingle, 2014).

Poput svake vještine označava općenito naučen ili stečen dio ponašanja. Pojam vještine time se razlikuje od pojma sposobnosti, koja se smatra preduslovom za ostvarivanje vještina. Upravo stoga sposobnost komuniciranja nije stečena sposobnost, već vještina koju bismo kao zdravstveni djelatnici trebali učiti i redovito prakticirati.

Vrste komunikacijskih vještina dijele se na:

- vrste povezane sa sadržajem – ono o čemu zdravstveni profesionalci komuniciraju – osnovna tema njihovih pitanja i odgovora, informacije koje traže i daju, liječenja o kojima diskutiraju;
- procesne vještine – kako to čine – način na koji se komunicira s bolesnikom, kako otkrivati povijest ili dati informacije,

- verbalne i neverbalne vještine koje se koriste, kako izgraditi odnos s bolesnikom i način organiziranja i strukturiranja komunikacije (zatvorena i otvorena pitanja, postavljanje pitanja).
- perceptualne vještine – što razmišljaju i osjećaju – unutarne donošenje odluka i vještine rješavanja problema, stavovi, svjesnost o osjećajima i razmišljanjima o bolesniku, o bolesti i drugim povezanim pitanjima, svijest o vlastitu konceptu i povjerljivosti, pogreškama i interakcijama (Maguire, Pitceathly, 2002)

Uz spomenute vrste komunikacijskih vještina u svakodnevnom radu i komuniciranju s bolesnikom izuzetnu važnost predstavlja poštovanje pravila komuniciranja u zdravstvu.

Svaka riječ koja je upućena bolesniku, osobito onom u jedinici intenzivnog liječenja, izvodi ga iz osjećaja osamljenosti i napuštenosti, a ni jednu riječ bolesnik ne voli tako rado čuti kao svoje ime. Ideja primijenjene etike nije nova. Filozofija je odvajkada pokušavala odgovoriti na pitanja lične moralnosti (šta treba da radim?) i javne moralnosti (šta je to dobro društvo?). Ipak, kao izdvojena disciplina u okviru filozofske etike ona se počinje proučavati tek 60-ih godina prošlog vijeka, sa porastom interesovanja za pitanja medicinske i profesionalne etike. Primijenjena etika od samog njenog nastanka, u vezi sa kontroverznim pokušava ocrtati neke smjernice za individualno djelovanje i javnu politiku (Spaić, 2021).

ZAKLJUČAK

Načela zdravstvene njege proizašla iz osnovnih ljudskih potreba mogu biti vodilja u promociji zdravlja i ključne su u prevenciji bolesti i zbrinjavanju bolesne osobe.

Borba za samoodržanjem, zdraviji život, poboljšanje uslova života i strah od smrti uvijek su prisutni kod svakog humanog bića. Navedene činjenice osnov su medicine i u sklopu toga i zdravstvene njege. Zdravstvena njega obuhvata stručno,

samostalno i suradničko zbrinjavanje pojedinaca svih dobi, obitelji, skupina i zajednice. Definiše se kao umijeće i nauku koja primjenjuje kognitivne, psihomotorne i interpersonalne vještine radi postizanja najviše moguće razine samostalnosti osobe, odnosno ostvarivanja njenog optimalnog potencijala.

Ona uključuje primjenu određenih znanja, vještina i stavova u njezi ne samo za bolesne nego i zdrave osobe, grupe, zajednice u zadovoljavanju svih ljudskih potreba, kroz komunikaciju, edukaciju, primjenu procesa zdravstvene njege, fizičko zbrinjavanje, suradnju s članovima tima i laicima. Osnova zdravstvene njege bazira se na koncepciji zadovoljavanja osnovnih ljudskih potreba.

Etika je od izuzetnog značaja za medicinu, zbog specifičnosti njenog poziva. Specifičnost proizlazi, prije svega, iz toga što se medicina bavi čovjekovim životom i zdravljem što, samo po sebi, nosi veliku odgovornost. Specifični su i odnosi koji se uspostavljaju između medicinskih radnika i pacijenata. Pacijent je u ovom odnosu u podređenom i zavisnom položaju, što stvara preduslove za njegovu zloupotrebu. Zbog prirode posla, teško se uspostavlja vanjski nadzor odnosno kontrola u cilju sprječavanja ovih zloupotreba. To sa svoje strane potencira značaj unutrašnjeg nadzora i kontrole uz pomoć medicinske etike.

Zdravstvena njega je područje obilja etičkih tema. Zdravstvena njega se ne smije se promatrati kao posebna "ekspertna" aktivnost, već kao ispunjavanje profesionalnih obaveza udruženih s kultiviranjem samog pojma njege bolesnika. Pritom se trebaju razlučiti dvije posebnosti zdravstvene njege: zdravstvena njega kao teorijska znanost koja je zasnovana na općim, univerzalnim istinama i kao specifičan koncept njege bolesnika kao jedinstvenoga ljudskog bića.

LITERATURA

- [1] Bašić, J., Horvat, M., Kolačko, D., Novak, M. (2011). Promišljanja o etičkim dilemama u pripremi studenata socijalne

- pedagogije za djelovanje u praksi, Kriminologija i socijalna integracija 19(2).
- [2] Cribb, A, Tingle, J.(2014) Nursing Law and Ethics Fourth edition, John Wiley & Sons, Chichester West Sussex,.
- [3] Đorđević, V., Braš, M. (2011). Komunikacija u medicini, Medicinska naklada, Zagreb.
- [4] Kalauz, S. (2012). Etika u sestrinstvu, Medicinska naklada, Zagreb.
- [5] Krešić, V. (2013). Komunikacija u sestrinstvu-međuljudski odnosi zdravstvenih djelatnika, Sestrinski glasnik, Zagreb.
- [6] Lučanin, D., Despot-Lučanin, J. (2010). Komunikacijske vještine u zdravstvu. Zdravstveno Veleučilište, Naklada slap, Jastrebarsko.
- [7] Mirilović, S., Pavlić, B. (2014). Je li etika sestrinstva zasebna disciplina ili je dio medicinske etike ?!, Sestrinski glasnik, Vol. 19 No. 3.
- [8] Mojsović, Z., Despot-Lučanin, J., Kovačić, L., Mendaš, Lj., Miharija, Ž., Pajan-Lehpaner, G. i sur. (2004). Sestrinstvo u zajednici Priručnik za studij sestrinstva-prvi dio, Zdravstveno Veleučilište, Zagreb.
- [9] Priest, H. (2014). Uvod u psihološku njegu u sestrinstvu i zdravstvenim strukama, Naklada Slap, Zagreb.
- [10] Prlić, N. (2013). Etika u sestrinstvu, Školska knjiga, Zagreb.
- [11] Radić, M. (2007). Etički kodeks medicinskih sestara u Bioetika kao temeljna dimenzija sestrinstva, Zbornik radova, Opatija.
- [12] Spaić, B. (2021.) Bioetika (Etika i Medicina), Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka, Podgorica.
- [13] Šegota, I. (1997). Etika sestrinstva, Pergamena, Zagreb.
- [14] Matulić, T. (2007). Identitet, profesija i etika sestrinstva, Bogoslovna Smotra, 77., str. 727. UDK 614.253.5:174:2-468.5.
- [15] Maguire P, Pitceathly C. (2002).Key communication skills and how to acquire them. BMJ;325:697-700.

ANTI-PHISHING STRATEGIJA

ANTI-PHISHING STRATEGY

Džemal Kulašin*

ABSTRAKT

U ovom radu predstavlja se phishing kao jedan od najprominentnijih oblika cyber kriminala, pri čemu se kroz njegovo raščlanjivanje dolazi do projiciranja komponenti anti-phishing strategije. Tako se u radu, kao prva, analizira socijalna komponenta, odnosno djelovanje na ljudske resurse unutar poslovnih (i drugih) sistema te, kao druga, tehnološka komponenta, odnosno primjene odgovarajućih tehnologija u smislu preveniranja kako phishing-a, tako i drugih oblika cyber napada iz kategorije tzv. društvenog inženjeringa.

Ključne riječi: Phishing, društveni inženjering, elektronska pošta

ABSTRACT

In this paper, phishing is presented as one of the most prominent forms of modern cyber attacks, and through its analysis, the components of anti-phishing strategy are projected. Thus, the paper analyzes, firstly, the human component, i.e. the impact on human resources within business (and other) systems and, secondly, the technological component, i.e. the application of appropriate technologies in terms of preventing both phishing and other forms of cyber attacks from the category of so-called social engineering.

Keywords: Phishing, social engineering, e-mail

UVOD

Cyber napadi su iz godine u godinu sve

učestaliji i malicionizniji¹, kako zbog tendencija digitalizacije i transformacije na elektronsko poslovanje, tako i pandemijskim uvjetima poslovanja, s obzirom da su se brojne kompanije i institucije različitih profila primorale dijelom preseliti u online môd, stvorivši tako i dodatne sigurnosne ranjivosti. Pritom, posebno je markantno da su glavni vektori cyber napada (i dalje!) iz kategorije društvenog inženjeringa (phishing i sl.), što znači da su ljudski resursi (ili jednostavnije, ljudi) najslabija karika u sistemima zaštite.

Bez sumnje, među najprominentnijim, a ujedno i najštetnijim oblicima cyber napada iz kategorije društvenog inženjeringa su tzv. phishing napadi^{2,3}. Brojni pokazatelji i analize ukazuju da se čak 90% zlonamjernog softvera u svijetu isporučuje upravo tehnikama društvenog inženjeringa, gdje apsolutno dominira phishing⁴. Kako se u ovom slučaju radi o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama kao sredstvom izvršenja, te kako se napad kategorizira kao društveni inženjering, na određeni način projiciraju se i komponente anti-phishing strategije.

KOMPONENTE ANTI-PHISHING STRATEGIJE

Phishing predstavlja kriminalnu radnju gdje cyber prevarant (eng. cybercrook) šalje e-mail s ciljem da prevarom dođe u

1 Najmalicionizniji oblik cyber napada na kompanije svakako je ransomware, a koji je u prvoj pandemijskoj godini zabilježio porast učestalosti od čak 250%.

2 U 2020. kao godini pandemije, phishing napadi u svijetu porasli su za čak 600%

3 <https://cofense.com/solutions/topic/anti-phishing>, pristup: 05.02.2022.

4 <https://www.gartner.com/reviews/market/email-security>, pristup: 03.02.2022.

* - Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku

posjed osjetljivih podataka korisnika kao što su brojevi kreditnih kartica, PIN-ovi, pristupni podaci bankama, matični brojevi itd. Svi ovi podaci korisnika predstavljaju njegov digitalni identitet i ako napadač uspije u namjeri da ih preuzme, može ih zloupotrijebiti na različite načine i time steći značajnu finansijsku dobit, što najčešće i jeste krajnji cilj.

Izražena dvojna priroda phishing napada jasno implicira da anti-phishing strategija mora imati (barem) dvije komponente anti-phishing strategije, a to su:

- Socijalna komponenta, odnosno djelovanje na ljudske resurse unutar poslovnih (i drugih) sistema te
- tehnološka komponenta, odnosno primjena odgovarajućih tehnologija, prvenstveno u smislu preveniranja phishing-a.

Prije same elaboracije pojedinih komponenti anti-phishing strategije, potrebno je osvrnuti se na funkcionisanje phishing napada.

FUNKCIONISANJE PHISHING-A

Već iz konteksta ove kriminalne radnje jasno je da se odnosi na “pecanje” on-line korisnika elektronskim mamcem, te je stoga i nastala karakteristična terminološka odrednica phishing kao korijen riječi fishing (eng. pecanje). Iz terminološke odrednice pecanje otkriva se i ciljanje hakera na nedovoljnu svijest ali i spoznaje korisnika o načinima i tehnikama očuvanja informacijske sigurnosti. Zbog toga se ova vrsta cyber kriminala svrstava u tzv. društveni inženjering⁵, jer se koristi varanjem zasnovanim na afektivnim segmentima pojedinca gdje se korist napadaču producira na “slabostima” žrtve u smislu lakovjernosti, ishitrenosti i/ili neznanja.

Za predstavljanje načina funkcioniranja phishing-a korisno je opisati početke ove internetkriminalneradnje. Phishing kao oblik cyber kriminala prvi put se javlja u Americi 1996. godine kao radnja koja označava

⁵ Pojam se često označava i kao socijalni inženjering

“upotrebu algoritma za hakovanje AOL sistema za naplatu online vremena”. Naime, unos ključnih podataka kreditnih kartica kojima se putem Interneta plaća(la) naknada AOL-u na njihovom serveru bio je izazov za hakere koji nisu mogli “varati” server lažnim podacima te su svjesno razradili indirektnu strategiju putem “pecanja” korisnika. Strategija je podrazumijevala slanje velikog broja nasumičnih e-mail poruka koje su bile potpisane kao “Zaposleni u AOL” sa tekstom koji od korisnika traži da iz nekog vanrednog razloga utipka svoje pristupne podatke (npr. nalog će biti suspendiran, i sl.), čime se otvarao put hakerima za upad u ciljane serverske sisteme.

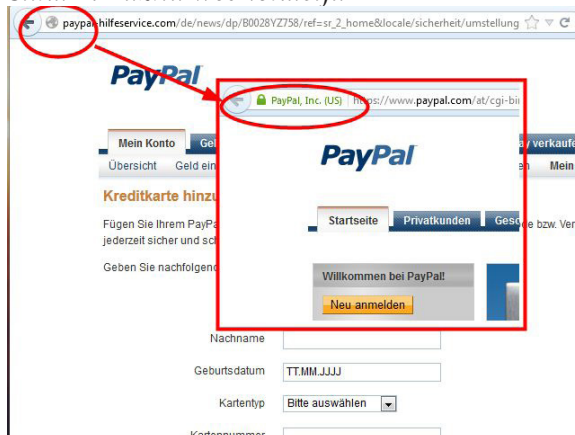
Način preuzimanja povjerljivih podataka dirigitiran je tipom e-mail poruke koja se generira, gdje razlikujemo dva tipična slučaja:

- lažna e-mail poruka i
- klonirani e-mail.

Lažni e-mail sadrži provokativni sadržaj za primatelja (npr. bankarski nalog je pred blokiranjem, i sl.), kako bi se korisnik naveo na ishitrenu reakciju, gdje se često kao prilog (eng. attachment) nalazi i keylogger kao spyware za praćenje rada tipkovnice žrtve. Klonirani e-mail, pak, zloupotrebljava brend kompanije (poput eBay, Amazon, PayPal, VISA, America online i sl.) kako bi se korisnik naveo da utipka (i time “pokloni”) svoje podatke na sajtu kojeg uobičajeno koristi za novčane transakcije. Ovaj tip Internet prevare predstavlja (napredniji) oblik phishing-a označen kao pharming⁶, što se u ovom kontekstu prevodi kao “uzgajanje žrtve” i “presretanje”. Pharming napad je sofisticiraniji, i zahtijeva znatno viši nivo znanja napadača i računarske opreme. Koristi se koncept prevare gdje korisnika “na putu” do web sajta čiji URL utipkava presreće klonirani web sajt na koji sa punim povjerenjem unosi svoje podatke.

⁶ Termin je izveden kao veza sa terminom phishing te eng. riječi farming (uzgoj, uzgajanje)

Slika 1. Lažna web lokacija



Izvor: Hanić, H., Sućeska, M., 2008

Ukoliko se DNS (DNS - Domain Name Service, zadužen da pretvara Web i e-mail adrese u numeričke nizove) izmijeni tako da sadrži lažne informacije o tome koja Web adresa odgovara kojem nizu brojeva, svi korisnici koji otipkavaju odgovarajuću (ispravnu) Web adresu bivaju preusmjereni na lažnu. Iako ovaj postupak (nazvan još i DNS poison-ing) nije nov, kompleksnost pharming napada u punoj mjeri otkriva sigurnosne nedostatke Internet protokola, nastale još onda kada je kreiran.

Za sprovođenje manjih pharming napada koriste se posebni virusi upućeni elektronskom poštom koji prepisuju lokalne host fajlove na napadnutim računarima. Host fajl pretvara URL adrese u numeričke nizove koji su razumljivi za računar, tako da ugroženi host fajl uzrokuje da korisnik bude usmjeren ka pogrešnom web sajtu, čak i ako korektno utipka URL adresu legitimne Web lokacije. Takođe, napadač može koristiti i XSS (Cross-site scripting) napad te iskoristiti propuste u dizajnu web stranica za preusmjeravanje žrtvi na lažne web stranice gdje žrtve otkrivaju osjetljive podatke potrebne cyber kriminalcu da dođe do novca ili osjetljivih podataka korisnika.

TEHNOLOŠKA KOMPONENTA ANTI-PHISHING STRATEGIJE

Kao prvi zid odbrane (i) od phishing napada logično se nameće tehnologija, odnosno

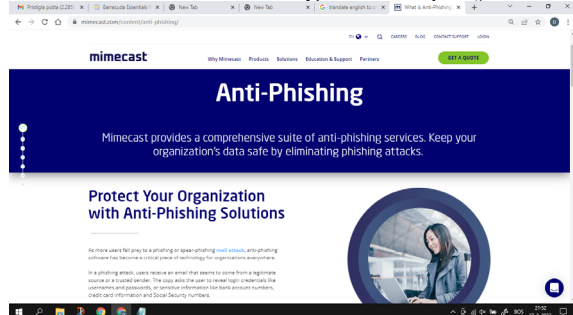
standardni sigurnosni alati kao temeljni sigurnosni bedem, kao što su antivirusni softver i firewall. Pri tome, podrazumijeva se redovno ažuriranje anti-malware softvera, kao i redovno instaliranje najnovijih zakrpa i instalacija verzija svih ostalih programa u kojima su ispravljani sigurnosni propusti. Ipak, najuže vezano za zaštitu od phishing (i drugih oblika phishinga, tj. pharming-a i spear phishing-a) je i instaliranje tzv. sigurnosnih ekstenzija za pretraživače (eng. browser) koje koristimo na Internetu. Tako, za browser-e pod aktuelnim operativnim sistemima (Windows, Mac i Linux) postoje različite sigurnosne ekstenzije, a najčešće u upotrebi su sljedeće: Netcraft Toolbar, TrustWatch Toolbar, ScamBlocker, PhishNet, SpoofGuard, Cloudmark itd. Doduše, treba naglasiti da pojedini savremeni browser-i, poput Google Chrome-a, već koristi zaštitni sistem Safe browsing technology koji skenira svaku web lokaciju koju korisnik posjećuje te na određeni način upozorava ako je lokacija sumnjiva. Sigurnosne ekstenzije prikazuju se kao dodatni toolbar-i u pretraživačima skenirajući web promet slično Safe browsing technology-ju, te u slučaju navođenja korisnika na kloniranu web lokaciju ne ponavljaju njen naziv (npr. Ebay.com) već navode "odgovarajuću" IP adresu, što je signal da se radi o kompromitiranoj lokaciji na kojoj ne treba izvoditi bilo kakve transakcije.

No, u tehnološkom smislu, vezano ne samo striktno za zaštitu od phishing-a već i već i svih oblika prijetnji je implementiranje zasebnih softverskih rješenja za sigurnost elektronske pošte (eng. E-mail Security Software). Riječ je, u stvari, o sigurnosnim platformama poznatijim pod akronimom SEG (eng. Secure E-mail Gateway) kao svojevrsnom firewall-u elektronske pošte kojeg implementiraju mnogobrojne organizacije u svijetu. Lista sigurnosnih rješenja prilično je duga, ali su ipak markantnija određena poslovna rješenja, poput:⁷

⁷ <https://www.gartner.com/reviews/market/email-security>, pristup: 03.02.2022.

- Proofpoint Email Protection Suite,
- Avanan,
- Mimecast Secure Email Gateway,
- Barracuda Email Security Gateway,
- Cisco Secure Email,
- Trend Micro Cloud App Security,
- FortiMail,
- Symantec Email Security,
- Microsoft Defender for Office 365 i sl.

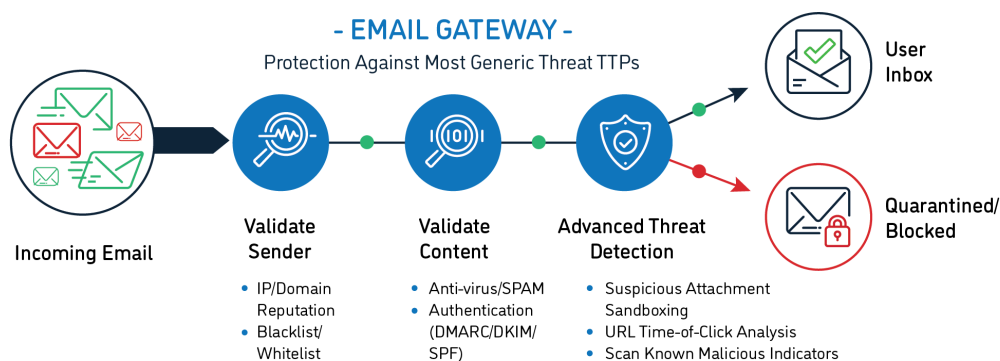
Slika 2. Mimecast kao sigurnosna platforma



Izvor: <https://www.mimecast.com>

Karakteristično za SEG je da rješenja predstavljaju sigurnosne platforme koje proaktivno i u realnom vremenu skeniraju ulaznu, odlaznu i internu e-poštu u cilju eliminacije (u ovom slučaju, blokiranje ili preusmjerenje u karantin) ili dozvole prolaska do korisničkog inbox-a (slika 3).

Slika 3. Princip rada SEG platformi



Izvor: <https://www.mimecast.com>

SEG platforme su, inače, mahom temeljene na SaaS-u (dakle, clouding platforme) čime organizacije oslobađaju obaveza kupovine novog hardvera i (skupog) softvera, izuzev

obaveza predvidljivih i prihvatljivijih troškova mjesečne ili godišnje pretplate.

SOCIJALNA KOMPONENTA ANTI-PHISHING STRATEGIJE

Ipak, tehnološka osnova, iako maksimalno važna i nužna, apsolutno nije i dovoljna u zaštiti od phishing-a. Naime, phishing napadi su, kako je istaknuto, dominantno kategorija društvenog inženjeringa te se stoga i zaštita u presudnoj mjeri svodi na korisnike, odnosno na njihovo online ponašanje. Oprez se posebno odnosi na korištenje e-mail servisa, odakle se mahom i generiraju problemi, jer i pored SEG rješenja, brojne maliciozne e-mail poruke, zbog svog socijalnog karaktera, ipak dolaze do određene tačke, tj. do korisnika. Dakle, korisnike je potrebno sistemski obučavati u smislu online ponašanja, gdje posebno trebaju pratiti svoj inbox u kojeg svakodnevno stižu brojne e-mail poruke među kojima se kroz sigurnosne filtere "provlače" i sumnjive poruke gdje treba znati adekvatno reagovati. Najvažnije preporuke u edukaciji uposlenika (pri čemu se podrazumijeva i menadžment svih nivoa!) minimalno bi sadržavale set karakterističnih znakova koji ukazuju na potencijalni phishing, i koji se kratko

obrazlažu u nastavku.

- E-mail poruka sadrži zahtjeve za osobnim podacima: Legalne kompanije mahom ne traže osobne podatke od svojih korisnika putem e-pošte, već koriste direktne kontakte. Dakle, treba biti maksimalno oprezan sa

e-mail porukama koje traže osobne podatke, iako izgledaju potpuno vjerodostojno.

- E-mail poruka od nepoznatog pošiljaoca: Teorijski, svaku poruku od nepoznatog pošiljaoca treba pretpostaviti potencijalno sumnjivom. Dodatni oprez treba biti ako poruka nema naslov (subject), jer to predstavlja temeljno narušavanje e-mail korespondencije.

- E-mail poruka sadrži očigledne pravopisne greške: Svaku poruku koja sadrži očigledne pravopisne greške ili greške u stručnim finansijskim terminima (ako poruka dolazi od "finansijske institucije", što najčešće i jeste slučaj) treba tretirati sumnjivom. Kodeks nalaže i pravilnu strukturu e-mail poruke ali i konzistentnost sadržaja u smislu da se koriste valjani ekonomski termini, te svako uočeno odstupanje ukazuje na lažni e-mail.

- Hitnost u sadržaju: Lažne e-mail karakterizira provocirajući sadržaj koji iziskuje hitnu reakciju primatelja, odnosno žrtve. Primjer iz jedne otkrivene phishing prevare je sljedeći: "Dragi korisniče banke, ustanovili smo kako je potrebno ažurirati podatke o vašem računu zbog neaktivnosti, prevare ili izvještaja o prevari. Ako ne ažurirate vaše podatke, račun će biti obustavljen. Slijedite ovaj link i potvrdite vaše podatke".

- Prilozi: Mnoge phishing prevare traže od korisnika otvaranje priloga koji zatim mogu na računar "prenijeti" virus ili spyware. Ako se na računar instalira key-logger kao aktuelna vrsta spyware-a, on može "snimati" rad tipki kojima se unosi korisničko ime i lozinku osobnih internetskih računa. Prilog koji se želi pregledati treba najprije spremi i zatim skenirati korištenjem ažurnog antivirusnog programa prije nego što se otvori. Ovdje može pomoći i ozbiljan e-mail klijent (kakav je npr. MS Outlook) koji automatski blokira određene priloge koji mogu sadržavati viruse; u slučaju da Outlook otkrije sumnjivu poruku, prilozi s bilo kojom vrstom datoteke se blokiraju.

- Lažni linkovi: Prevaranti koji koriste phishing poruke su vrlo sofisticirani kad se radi o stvaranju lažnih linkova i prosječnoj osobi je gotovo nemoguće prepoznati je li

veza legalna. Uvijek je najbolje u preglednik ručno unijeti web-adresu ili jedinstveni lokator resursa (URL) za koji se zna da je tačan, a posebno treba izbjegavati popularni Copy - Paste, tj. kopiranje i lijepljenje URL-a iz poruke u preglednik.

- Maska na linku: Iako "link" sadrži čitav ili djelomični naziv prave kompanije, ipak može biti i "maskiran". To znači da link koji se vidi ne vodi na tu adresu već negdje drugdje, obično na lažno web-mjesto.

- Homografi⁸: Na računarima, homografski napad je Internetska adresa koja izgleda kao poznata Internetska adresa, ali je zapravo izmijenjen; npr. www.microsoft.com može izgledati kao www.micosoft.com ili www.mircosoft.com. Svrha ovakvih lažnih web-linkova koji se koriste u phishing prevarama je prevariti žrtvu tako da ih klikne. Cyber kriminalci lažiraju uglavnom nazive domena banaka kako bi prevarile korisnike i uvjerile ih kako posjećuju poznata i povjerljiva web-mjesta, kakvo je svakako web mjesto svoje banke.

- URL sadrži "nemoguću" domenu: Osobe koje šalju phishing poruke često se oslanjaju na činjenice da mnogi e-mail korisnici ne znaju način strukturiranja domena, gdje je zadnji dio domene najbitniji. Npr. domena info.facebook.com je poddomena facebook.com, jer se facebook.com pojavljuje na kraju cijelog naziva domene (na desnoj strani). Na osnovu toga, facebook.zlonamjernadomena.com ne potiče od facebook.com, jer se facebook.com nalazi na lijevoj strani naziva domene, umjesto na desnoj. Prevarant jednostavno kreira poddomenu s imenom [facebook](http://facebook.com) ili slično, a rezultirajući naziv domene izgleda ovako:

- facebook.zlonamjernadomena.com.

Na ovaj način prevaranti pokušavaju uvjeriti žrtve da poruka dolazi od digitalnog brenda kao što je Facebook, Microsoft i sl.

- URL lokacije ne sadrži https. Dio https u URL-u web lokacije (npr. bankarske

⁸ Homograf je riječ koja se piše jednako kao druga riječ, ali ima drugo značenje.

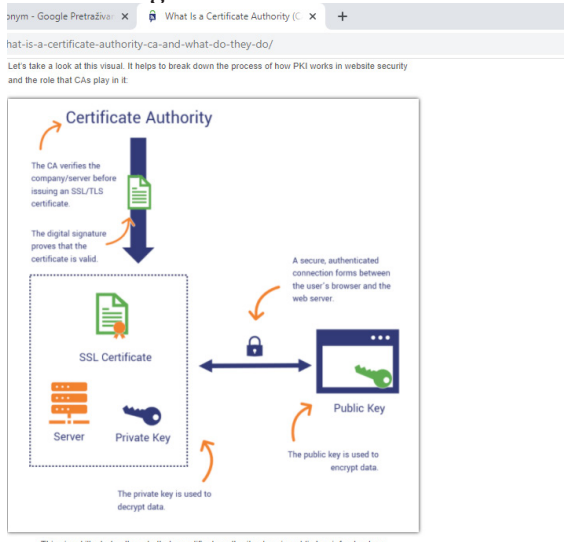
institucije) potvrđuje da se između servera i browsera uspostavlja enkriptirani podatkovni kanal osiguran tzv. SSL sigurnosnim slojem (SSL - Security Socket Layer). Ovaj zaštitni sistem označava se i ikonom katančića, na kojem se može izvršiti i validacija određene lokacije koja treba rezultirati digitalnim certifikatom izdatog od strane odgovarajućeg CA autoriteta (CA - Certification Authority), čija validnost se, između ostalog, dokazuje i terminom valjanosti (Valid from:). U svakom slučaju, ako URL online kompanije gdje se izvode finansijske transakcije počinje sa http umjesto sa https - znak je da se radi o kloniranoj stranici na kojoj ni u kojem slučaju korisnik ne smije unositi bilo koje osobne podatke, a posebno brojeve kreditnih kartica ili pristupne podatke (user i password).

Upravo je ova posljednja navedena stavka (URL web lokacije institucije ne sadrži https) ujedno i najvažnija. Naime, SSL sloj (eng. Secure Sockets Layer) nije ništa drugo do (famozni) digitalni certifikat zasnovan na PKI-i⁹ koji dokazuje identitet jedne web lokacije (u ovom slučaju, govorili smo o bankama, iako je u suštini sve jednako). Princip je sljedeći:

- na jednoj strani, pretraživač korisnika u realnom vremenu koristi javni ključ određene web lokacije čime odašilje šifrirane poruke,
- na drugoj strani, također u realnom vremenu, ciljane web lokacija koristi svoj privatni ključ za dešifriranje poruka.

Na ovaj način, tj. upotrebom jake kriptografije i realiziranja transfera podataka u realnom vremenu, nema bojazni od otkrivanja povjerljivih podataka cyber kriminalcima. No, treba naglasiti da se apsolutno podrazumijevaju digitalni certifikati pouzdane treće strane, tj. nekog od ovlaštenih CA autoriteta.

Slika 4. Uloga CA autoriteta



Izvor: <https://www.thesslstore.com>

ZAKLJUČAK

Kako je u radu predstavljeno, u slučaju phishing-a radi se o dvojnoj prirodi napada, gdje se pored IKT-a kao sredstva izvršenja involvira i ljudski faktor, koji se u sistemima pokazuje i kao najslabija karika u sistemima zaštite. Zbog toga smo i projicirali (minimalno) dvije komponente anti-phishing anti-strategije: a) socijalnu komponentu, odnosno djelovanje na ljudske resurse unutar poslovnih (i drugih) sistema te b) tehnološku komponentu, odnosno primjene odgovarajućih tehnologija, u smislu preveniranja phishing-a, ali i drugih oblika cyber napada.

Shodno izloženom, može se zaključiti da tehnološka komponenta anti-phishing strategije ipak nije i dovoljna, jer su phishing napadi dominantno kategorija društvenog inženjeringa, te se i zaštita u konačnici svodi na krajnjeg korisnika. Stoga je u svim organizacijama potrebno provoditi forsirati upravo socijalnu komponentu anti-phishing strategije, što u praksi znači provoditi systemske i kontinuirane edukacije svih uposlenika, uključujući i sve nivoe menadžmenta. Pritom je svakako fokus na e-mail servisima, jer se u pored implementacije SEG platformi brojne maliciozne e-mail

9 PKI – Public Key Infrastructure, o čemu se kasnije zasebno govori

poruke, zbog svog socijalnog karaktera, ipak “provlače” kroz sigurnosne filtere.

LITERATURA

- [1] Hanić, H., Sućeska, M., (2008), Kompjuterski kriminal - pojavni oblici i preventiva, Fakultet
- [2] kriminalističkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo
- [3] <https://fortistelecom.net/cyber-security/anti-phishing-strategy>, pristup: 25.02.2022.
- [4] <https://www.gartner.com/reviews/market/email-security>, pristup: 03.02.2022.
- [5] <https://www.n-able.com/blog/how-secure-email-gateway-can-protect-your-business>, pristup: 05.03.2022
- [6] <https://cofense.com/what-is-a-seg>, pristup: 04.03.2022
- [7] <https://cofense.com/solutions/topic/anti-phishing>, pristup: 05.02.2022.
- [8] <https://www.mimecast.com/content/anti-phishing-software>, pristup: 22.02.2022.
- [9] <https://www.thesslstore.com>, pristup: 05.03.2022

KULTURA, SOCIJALIZACIJA, DRUŠTVO I DRUŠTVENI STALEŽI KAO DETERMINANTE PONAŠANJA POTROŠAČA

CULTURE, SOCIALIZATION, SOCIETY AND SOCIAL CLASSES AS DETERMINANTS OF CONSUMER BEHAVIOR

Sandra Mukeljić*

SAŽETAK

U čovjekovoj psihi koju nazivamo „blackbox” - „crna kutija”, se vrši pretvaranje uticaja u ponašanje. Prilikom razumijevanja potreba potrošača za određenim proizvodom ili uslugom potrebno je razumjeti sociološke odrednice tražnje. Uticaj ovih faktora se razvijao sa razvojem društva i povećanjem životnog standarda. Veliki broj faktora iz okruženja može uticati na sistem vrijednosti potrošača i na njegovo ponašanje. Izuzetno dinamično poslovno okruženje na tržištu organizaciju prosto tjera da se bez prestanka bori za zadržavanje postojećih i privlačenje novih potrošača povećanjem stepena njihovog zadovoljstva i satisfakcije. Kreiranje i isporučivanje određene vrijednosti proizvoda ili usluge, organizaciju nesumnjivo vodi ka zadovoljstvu i satisfakciji potrošača, jeste neophodan, ali ne i dovoljan uslov kako bi postali lojalnim. Rezultati odbijeni marketing istraživanjima kulture, socijalizacije, društva i društvenog staleža na ponašanja potrošača savremenim organizacijama se obezbjeđuje realna osnovu za njihovo razumijevanje i pruža im mogućnost za unapređenje svoje efikasnosti i efektivnosti na tržištu, a što je i krajnji cilj ovog rada.

Ključne riječi: potrošač, faktori, društvo, stalež, marketing.

ABSTRACT

In the human psyche, which we call the “black box”, the transformation of influence into behavior takes place. When understanding

consumer needs for a particular product or service, it is necessary to understand the sociological determinants of demand. The influence of these factors developed with the development of society and the increase of living standards. A large number of factors from the environment can affect the consumer value system and its behavior. The extremely dynamic business environment in the market simply forces the organization to constantly fight to retain existing and attract new consumers by increasing the degree of their satisfaction and satisfaction. Creating and delivering a certain value of a product or service, an organization undoubtedly leads to satisfaction and satisfaction of consumers, is a necessary but not sufficient condition to become loyal. Results obtained by marketing Research on culture, socialization, society and social class on consumer behavior provides modern organizations with a realistic basis for their understanding and gives them the opportunity to improve their efficiency and effectiveness in the market, which is the ultimate goal of this paper.

Keywords: consumer, factory, society, class, marketing.

UVOD

U ovom radu napraviti ću analizu eksternih faktora koji utiču na ponašanje potrošača stavljajući akcent na uticaj kulture, socijalizacije, društva i društvenih faktora. Prije same analize svakog od ovih elemenata pojedinačno upoznat ćemo se sa pojmom ponašanja potrošača kako bismo percipirali

* - Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku

taj pojam i postavili ga na bitno mjesto u ekonomskim naukama, koje mu sa razlogom i pripada. Na potrošača djeluju interni i eksterni faktori. To su promjenljive koje se ne mogu u potpunosti kontrolisati. U čovjekovoj psihi koju nazivamo „blackbox” - „crna kutija”, se vrši pretvaranje uticaja u ponašanje. Prilikom razumjevanja potreba potrošača za određenim proizvodom ili uslugom potrebno je razumjeti sociološke odrednice tražnje. Uticaj ovih faktora se razvijao sa razvojem društva i povećanjem životnog standarda. Veliki broj faktora iz okruženja može uticati na sistem vrijednosti potrošača i na njegovo ponašanje. Eksterni faktori imaju uticaj na neke ili na sve potencijalne potrošače djelujući izvan njihove ličnosti. Ovi faktori djeluju istovremeno i nemaju uticaj istog intenziteta na reakcije potrošača. Polazna pretpostavka je da se čovjek ne može izdvojiti iz sredine u kojoj živi. Ona određuje kojoj civilizaciji, kulturi, referentnoj grupi, čovjek pripada. Kupovine su često čin izraženog uticaja određene grupe. Eksterni faktori mogu biti opšti i specifični. Opšti faktori su demografski, geografski, kultura, potkultura... Specifični eksterni faktori obuhvataju uticaj društvenih i referentnih grupa, određeni stil života, dohodak itd. U eksterne faktore spadaju i marketing akcije preduzeća. Najkarakterističniji eksterni faktori su kultura, društvene klase, referentne grupe, porodica-domaćinstvo i dohodak. Nakon definiranja ponašanja potrošača nabrojati ću i objasniti determinante ponašanja potrošača s posebnom pažnjom usmjerenom na kulturu, socijalizaciju, društvo i društvene faktore. Kada govorimo o kulturi objasiti ću šta je to kultura, navesti glavna obilježja kulture, zatim ćemo objasniti na koji to način kultura djeluje na ponašanje potrošača, izvršiti kroz kulturnu analizu i objasniti subkulture. U poglavlju socijalizacija nabrojati ću faktore koji utiču na socijalizaciju i izvore i prijenosnike socijalizacije. Nakon socijalizacije prelazimo na objašnjenje društvenih staleža kao determinante ponašanja potrošača. Tu ću navesti determinante staleža. hijerarhijski

aspekt društvenih staleža, uticaj staleža na ponašanje potrošača i na izbor marketinškog spleta. Na kraju rada navest ćemo jedan primjer uticaja kulture na poslovno okruženje.

DEFINIRANJE PONAŠANJA POTROŠAČA

Postoje brojne definicije ponašanja potrošača, od kojih ćemo izdvojiti jednostavnu definiciju koju navodi Tanja Kesić. “Ponašanje potrošača predstavlja proces pribavljanja i konzumiranja proizvoda, usluga i ideja od potrošačke jedinice. Ono uključuje i poslijeprodajne procese koji obuhvaćaju vrednovanje i poslijeprodajno ponašanje”.¹

Ono što je vrijedno istaći u svakoj definiciji ponašanja potrošača je da ona obuhvata i pojedinačne i grupne potrošače, jer je jasno da postoje specifičnosti i razlike u kontekstu individualne potrošnje i potrošnje kao člana grupe. Dalje, institucionalna potrošnja je bitno drugačija od finalne, bilo pojedinačne, bilo grupne. Također, isto onoliko koliko nas interesuje kupovina i korištenje, interesuje nas i lišavanje i sudbina proizvoda ili usluge nakon korištenja. Evidentno je da potrošnja enormno utječe na okruženje čovjeka, pa je taj dio od prirodnog interesa nauke. Takođe, utjecaj potrošnje na društvene procese je od izuzetnog značaja i interesa.

Proučavanje ponašanja potrošača primjenom naučnog pristupa i kroz saznanja drugih naučnih disciplina koje su se bavili generalnim ljudskim reakcijama (behavioral science) slijedilo je fazu marketinga u kojoj se svijest potrošača često označavala terminom „crna kutija” (blackbox). Crna kutija je u modelu ponašanja potrošača označavala procese u svijesti potrošača, i simbolički je značila nemoćnost predviđanja pravca i sadržine tih procesa. Uključivanje saznanja iz drugih naučnih disciplina i razvojem posebne discipline u okviru marketinga sa fokusom na proučavanje potrošača treba da „crnu

1 Kesić, T. Ponašanje potrošača, Adeco Zagreb 1999 str.7

kutiju“ transformiše u kariku u modelu razumijevanja potrošača.

Bitna stavka u proučavanju i razumijevanju potrošača odnosi se na faze koje su od interesa za cjelokupnu disciplinu. „Može se reći da ponašanje potrošača obuhvata tri ključne faze:

- Faza kupovine
- Faza konzumiranja
- Faza odlaganja ili lišavanja“²

Faza kupovine je od velikog interesa za disciplinu i sadržava veoma kompleksne konstrukcije i elemente, koje je potrebno spoznati i istražiti radi boljeg poznavanja potrošača.

Imajući u vidu fazu kupovine, može se reći da model ponašanja potrošača bazira svoju strukturu na ovoj fazi. Međutim, i faza konzumiranja izaziva sve veći interes istraživača, jer se u toj fazi generiraju elementi koji utječu na danas vrlo aktuelne komponente marketing uspjeha, kao što su zadovoljstvo potrošača, koncept vrijednosti i beneficija, kreiranje povjerenja i posvećenosti, stvaranje lojalnih potrošača i dugoročnih odnosa. Faza odlaganja postaje sve aktuelnija, kako sa aspekta buduće potrošnje i ponašanja potrošača, tako i sa aspekta zaštite okoline i kontroliranja potrošnje u kontekstu mogućih štetnih posljedica. Pristupajući analizi potrošača danas potrebno je imati u vidu pet osnovnih načela vezano za potrošače :

- Potrošač je suveren.
- Motivacija potrošača se može identificirati.
- Na ponašanje potrošača se može uticati.
- Svaki uticaj na potrošnju treba biti društveno prihvatljiv.
- Ponašanje potrošača je dinamičan proces.“³

DETERMINANTE PONAŠANJA POTROŠAČA

Prije nego što se konkretno baziramo na društvene faktore ponašanja potrošača stavljajući akcenat na kulturu, socijalizaciju, društvo i društvene staleže nabrojat ćemo sve faktore ponašanja potrošača. Determinante ili faktori ponašanja potrošača su svi oni elementi koji mogu uticati na potrošačevo ponašanje prilikom kupovine.

DRUŠTVENI FAKTORI

U društvene faktore spadaju : kultura, socijalizacija, društvo i društveni faktori, društvenegrupe, obitelj i situacijski faktori. Detaljnije o ovim faktorima govorit ćemo u daljem radu.

LIČNI FAKTORI

Pet individualnih varijabli od posebnog je značaja. To su:

- motivi i motivacija,
- percepcija,
- stavovi,
- obilježja ličnosti, vrijednosti i stil života i
- znanje. (Kesić T., 1999)

1. Motivi i motivacija – motiv se definira kao trajna predispozicija koja usmjerava ponašanje k određenom cilju. Postoji mnogo klasifikacija motiva – jedna od prihvatljivijih (za potrebe marketinga) je podjela motiva na racionalne i emocionalne. Kasnije je u ovu podjelu uključen pojam simbolizma koji utječe da u pojedinim situacijama racionalni motivi svojim simbolima utječu na emocije i kupnju proizvoda i obrnuto. Motivacija predstavlja proces pokretanja ljudskog organizma prema cilju. Ona je determinirana stupnjem psihološke uključenosti kupca u proces kupovine. Na stupanj uključenosti utječe veliki broj čimbenika, ali u načelu ovisi o tome radi li se o prvoj kupovini (rješavanje problema), modificiranoj kupovini (srednji stupanj uključenosti) ili rutinskoj kupovini

2 M.Čičić, M. Husić, S.Kukić, Ponašanje potrošača, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, 2009str. 23

3 M.Čičić, M. Husić, S.Kukić, Ponašanje potrošača, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, 2009str. 27

(niski stupanj uključenosti).

2. Percepcija - Percepcija je složeni proces kojim ljudi odabiru, organiziraju i interpretiraju osjećajne stimulanse u, za njih, značajnu sliku svijeta. Na selektivnost percepcije utječu motivi, stavovi, raspoloženje, pažnja, stupanj naobrazbe i specifičnost spoznajne strukture pojedinca itd. Subliminalna percepcija je primanje stimulansa iznad ili ispod pragova ljudskih osjetila.

3. Stavovi - predstavljaju spremnost pojedinca ka pozitivnoj ili negativnoj reakciji na pojedine objekte, usluge ili situacije. Stavovi predstavljaju relativno trajne predispozicije potrošača i stoga ih je teško mijenjati. Budući da stavovi predisponiraju ponašanje potrošača, interes i zadatak marketara je upoznati čimbenike i slijed formiranja, te metode i varijable koje djeluju na promjene stavova.

4. Obilježja ličnosti, vrijednosti i stil života - obilježja ličnosti predstavljaju trajne osobnosti potrošača koje utječu na njegovo ponašanje na tržištu. Društvene vrijednosti predstavljaju ispravne načine ponašanja s aspekta vrijednosti, normi i morala jednog društva. S druge strane, osobne vrijednosti predstavljaju oblike ponašanja sukladne osobnim vrijednostima potrošača. Stil života je predstavljen aktivnostima, interesima i mišljenjima koji utječu na način trošenja vremena i novca svakog pojedinca. Pojedini autori koriste različite varijable za izdvajanje segmenata tržišta kojima će usmjeriti marketinške napore.

5. Znanje - može se definirati kao informacije pohranjene u memoriji potrošača. U svezi ponašanja potrošača to mogu biti informacije o vrsti i marki proizvoda, mogućim mjestima kupovine, razinama cijena, uvjetima prodaje, itd. Posebno mjesto u formiranju željenog znanja ima marketing komunikacija koja različitim oblicima pribavlja informacije potrošaču i stvara željene razine svijesti i znanja o pojedinim proizvodima i uslugama.

PSIHOLOŠKI FAKTORI

Marketari ne mogu imati utjecaja na potrošača ako ne spoznaju proces prerade informacija i na koji se način odvijaju promjene stavova i ponašanja. Upravo u dijelu psiholoških procesa mogući su najveći utjecaji marketinških aktivnosti na ponašanje potrošača. Psihološki procesi obuhvaćaju: (Podjela po knjizi Ponašanje potrošača, Kesić Tanja)

1. Prerada informacija - marketinška komunikacija u cijelosti je koncipirana tako da utječe i usmjerava ponašanje potrošača. Stoga su marketari oduvijek bili zainteresirani da saznaju na koji način potrošač prima, procesira i smisleno organizira i koristi informacije koje dobiva.

2. Učenje - učenje je proces prihvatanja novih sadržaja procesom komunikacije ili iskustva i pohranjivanja u trajnu memoriju. Budući da je rezultat učenja trajna promjena znanja, ono u najvećem dijelu prethodi ponašanju potrošača. Svatko tko želi izazvati promjenu u ponašanju svjestan je da prethodno mora komunikacijom ili iskustvom pokrenuti proces učenja, koji će u konačnici rezultirati u promjeni stavova, mišljenja i na kraju ponašanja potrošača.

3. Promjena stavova i ponašanja - predstavlja krajnji cilj marketinških aktivnosti. U tu svrhu marketari koriste sva raspoloživa znanja i tehnike, prije svega komunikacija (masovna i međusobna), ali također i ostali elementi marketinškog spleta koji djeluju na potrošača u cilju promjene ili pojačanja stava te stimuliranja željenog ponašanja.

4. Lični uticaji - su procesi koji se odvijaju najčešće u primarnim grupama. U osnovi ti se utjecaji temelje na izdvajanju jednog člana grupe koji na osnovi znanja, sposobnosti, obilježja ličnosti i sl. utječu na ponašanje ostalih članova grupe. Osobni se utjecaji izražavaju komunikacijom u grupama u čemu imaju koristi i oni koji utječu (lideri grupe) i oni na koje se utječe (članovi grupe). Emocije su jedan od bitnih motivatora ponašanja potrošača, zato je njihovo pobuđivanje u procesu komunikacije od

iznimne važnosti za uspješnost poslovnog subjekta. Oglasi, kao komunikacijske platforme, moraju posjedovati određene karakteristike kako bi pobudili određene emocije kod potrošača. Međutim, pobuđivanje određenog osjećaja ovisi i o kategoriji proizvoda.⁴

KULTURA KAO DETERMINANTA PONAŠANJA POTROŠAČA

Pojedinac nije pasivni promatrač koji procesom socijalizacije prima komponente kulture, nego on aktivno utječe na promjene kulturnih tradicija i svojom svjesnom interakcijom postaje osnovna pokretačka poluga u promjeni tradicionalnih elemenata kulture. S obzirom na sveobuhvatnu prirodu kulture, njezina studija općenito zahtijeva detaljno ispitivanje karaktera cjelokupnog društva, obuhvatajući faktore kao što su jezik, znanje, zakoni, religija, običaji vezani za hranu, muzika, umjetnost, tehnologija, poslovni partneri, proizvodi i drugi artefakti koji društvu daju prepoznatljiv okus. Na neki način, kultura je ličnost društva. Iz tog razloga, nije jednostavno odrediti njene granice. Pojedini autori i definiraju kulturu kao sveukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti koje je tokom vremena stvorio čovjek i koji mu služe za pokoravanje prirodnih sila, unapređenje proizvodnji i zadovoljavanje drugih ljudskih potreba. Materijalnu kulturu čine proizvodna sredstva i ostala materijalna dobra, a duhovna kultura obuhvata moral, religiju, umjetnost, filozofiju, nauku i običaje.

Ipak, mi se odlučujemo za slijedeću definiciju: „kultura predstavlja skup materijalnih i duhovnih vrijednosti uvjetovanih tradicionalnim okvirima i suvremenim promjenama koje formiraju prihvatljivo ponašanje članova jednog društva.“⁵

Kulture su slične, ali ipak različite – Kod

kultura postoje određene sličnosti, npr. sve kulture imaju sport, ples, pripremanje hrane, obrazovanje, muziku, zakone, vjerovanja i sl. Međutim, postoje ogromne razlike u načinu i metodama donošenja i korištenja svakog pojedinog elementa kulture. Upravo te razlike utječu na specifično ponašanje potrošača pripadnika različitih kultura.

Kultura je trajna i ona nagrađuje – Ako se potrebe zadovoljavaju sukladno „normama“ specifične kulture, ponašanje je nagrađeno i ono pojačava postojeće norme. Na taj se način elementi kulture prenose sa generacije na generaciju.

Kultura je prilagodljiva kategorija – Nasuprot trajnosti kulture postoje i elementi koji utječu na njeno prilagođavanje promjenama u tehnologiji, inovacijama, promjenama u okruženju i sl. Kultura i ponašanje potrošača su povezane kategorije na način da kultura usmjerava ponašanje, ali i promjene u ponašanju postupno mijenjaju kulturu.

Kultura je organizovana i integrirana – Svi dijelovi kulture međusobnom interakcijom teže usaglašavanju sa općim vrijednostima, vjerovanjima i moralnim osnovama šire kulture. Iako ponekad postoji nekonzistentnost između pojedinih dijelova kulture, društveni faktori teže da u što kraćem vremenu te dijelove usklade sa osnovnim načelima i osnovama kulture.

Kultura propisuje ponašanje – Ovo obilježje kulture ima najveće značenje za ponašanje potrošača. Naime, kultura pretpostavlja idealne standarde ponašanja svojih pripadnika koje se nagrađuju i time je pojačavaju. Norme su pravila koja usmjeravaju ponašanje pripadnika jedne kulture. Na drugoj strani kazne prijete onima koji narušavaju „propisno“ i poželjno ponašanje u jednoj kulturi. Običaji kao dio nepisanih normi ponašanja također utječu na ponašanje jedne kulture. Iako su norme i običaji relativno trajni, u savremenim uvjetima telekomunikacije čini se da su njihove promjene sve brže. Na taj način javlja se tzv. Globalna kultura koju prihvaćaju u načelu mlađi ljudi cijeloga svijeta.

Kultura se razvija unutar svakog društva

4 Dlačić, J., Ribarić, I., Barna, M. (2016) Pobuđivanje emocija kod potrošača: utjecaj kategorije proizvoda. *Ekonomika misao i praksa*, 25(1), str. 47-72.

5 M.Čičić, M. Husić, S.Kukić, Ponašanje potrošača, *Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru*, 2009 str.163

kako bi okarakterizirala svoje pripadnike i razlikovala ih od drugih. Prvo, ona prikazuje kako članovi društva žive; primjerice, kako se hrane, odijevaju, gdje stanuju. Drugo, ona objašnjava kako se njeni članovi ponašaju jedni prema drugima, kao i prema pripadnicima drugih skupina. Treće, ona definira uvjerenja i vrijednosti članova i kako oni vide smisao života.⁶

SOCIJALIZACIJA

Ljudi se rađaju bez znanja i navika, bez moralnih i kulturnih vrijednosti. Međutim, čovjek za razliku od ostalih živih bića ima najveću mogućnost učenja i prihvatanja navika, kulturnih, društvenih i ličnih vrijednosti okruženja u kojem živi. Proces kojim pojedinac prihvata normativne, kulturne moralne i druge vrijednosti jednog društva jeste proces socijalizacije. Postoje mnogobrojne definicije socijalizacije od kojih ćemo navesti samo neke:

Socijalizacija predstavlja odgojno obrazovni proces koji sustavno, prema pravilu planski i organizirano, provodi obitelj, škola i društvo kao i određeni ekonomsko-politički sistem i kultura, s ciljem da se od pripadnika novih generacija stvore članovi društva koji će se odlikovati poželjnijim obilježjima ličnosti, odnosno koji neće dolaziti u sukob s postojećim društvenim običajima, normama i propisima, nego će ih usavršavati, održavati i jačati.

FAKTORI KOJI UTIČU NA SOCIJALIZACIJU

Tri skupine faktora utiču na proces socijalizacije:

- biološki
- psihološki
- uvjeti okruženja

Biološki uvjeti- primarno je čovjek prirodno biće, sastavni dio svijeta prirode i kao takav potčinjen je njenim zakonitostima. Jedan dio

bioloških osobina jasno se manifestira, dok drugi dio predstavlja dispozicije koje se formiraju na temelju uticaja sredine kojoj pojedinac pripada. Navest ćemo nekoliko bioloških faktora koji imaju primarno mjesto u formiranju ličnosti pojedinca, a to su:

- proces nastajanja i rađanja djeteta
- živčani i endokrini sistem
- fiziološki procesi.

Iako su biološke potrebe osnovne za održavanje metabolizma u organizmu, one u razvijenijim društvima nisu samo odraz temeljnih potreba organizma, nego sve više postaju rezultat socijalizacije pojedinca. Uticaji društva najprije se ogledaju u načinu zadovoljenja bioloških potreba. Zadovoljenje tih potreba nije određeno samo naravi čovjeka nego i društvenim sistemom, prije svega proizvodnjom i raspodjelom materijalnih dobara. To znači da potrebe nastaju iz stanja bioloških bića, ali se mijenjaju i prilagođavaju u skladu sa specifičnošću i stepenom razvoja društva.

Psihološki uvjeti - aktivno sudjelovanje pojedinca u oblikovanju ponašanja i formiranju pojedinih obilježja ličnosti čini psihološke uvjete procesa socijalizacije. Pojedinac se uključuje u komuniciranje s posrednicima socijalizacije da bi usvojio znanja i oblike ponašanja koji će mu pomoći u svađavanju svakodnevnih prepreka.

Temeljni rezultati socijalizacije pojedinca se ogledaju u dinamici i strukturi ličnosti. Step socijalizacije pojedinca manifestira se u njegovj predispoziciji da na određeni način misli, osjeća i ponaša se u specifičnom društvenom okruženju.

Uvjeti okruženja - društveno okruženje ima prvenstveni uticaj na formiranje ličnosti pojedinca i ponašanje koje rezultira iz tog uticaja. Osim uticaja društvene sredine postoje i uticaji geografskog okruženja. Geografski faktori su klima, oblik, sastav zemljišta, biljni i životinjski svijet itd. Što se društvo nalazi na većem stepenu razvoja uticaj tih faktora je sve manji. U novije se vrijeme ovaj trend ponovo minjenja posredovanjem ekoloških pokreta,

⁶ Cavusgil S. T., Knight G., Riesenberger J. R., Rammal H. G., Rose E. L. (2014.) 'International Business',

okretanjem zdravom životu isl. čime priroda ponovo dobiva veliko značenje u ponašanju potrošača. Društvo sa svojim materijalnim i duhovnim vrijednostima predstavlja osnovni izvor socijalizacije pojedinca stvarajući putem agenasa; ona obilježja ličnosti koja su poželjna za društvo. Taj je proces prvenstveno priprema pojedinca za obavljanje određenih uloga koje su mu namijenjene u tom društvu. Prema tome, socijalizacija, odgoj i obrazovanje procesi su usmjereni provedbi zahtjeva specifičnog društvenog sistema. Njihova ideološka funkcija i zadaća jesu inkorporiranje društvenog značaja u obilježja ličnosti pojedinca, dakle, očuvanje društvenog i kulturnog sistema putem njegovog „presađivanja“ u život, svijet mišljenja i ponašanja mlade generacije kojoj pripada budućnost. Osnovni su izvori socijalizacije društveni sistem i kultura.⁷

DRUŠTVENI STALEŽI KAO DETERMINANTA PONAŠANJA POTROŠAČA

Društveni staleži su razmjerno trajne i uređene podjele u društvu čiji članovi dijele slične vrijednosti, interese i ponašanja. Smatra se kako društvene klase nisu formalne grupe čiji članovi imaju snažnu svijest o identitetu. Pripadnost pojedinoj društvenoj klasi često može biti nezaobilazan referentni okvir za ponašanje pojedinaca i grupa. Tačka usporedbe između pojedinca i određene društvene klase može se zasnivati na stvarnoj, percipiranoj ili željenoj pripadnosti određenoj klasi. Sa aspekta marketinga najvažnije determinante koje određuju pripadnost određenoj društvenoj klasi su dohodak, obrazovanje i zanimanje, osobne performanse, vrijednosna orijentacija i imovina i nasljeđe. Značaj uticaja društvene klase na ponašanje pojedinaca ima direktne implikacije na razvoj marketinške strategije kroz segmentiranje tržišta, kreiranje proizvodnog i uslužnog spleta prilagođenog zahtjevima pojedinih

društvenih klasa, prilagođavanje propagande i lične prodaje potrebama vrijednostima pripadnika pojedinih društvenih klasa i izbor maloprodajnih mjesta sukladno zahtjevima pripadnika određene klase. U svim ljudskim društvima postoji neka vrsta društvene nejednakosti, što posebno vrijedi za moć i ugled. Moć je stepen do kojega pojedinci ili grupe mogu nametnuti svoju volju drugima, sa ili bez njihovog pristanka, dok se ugled odnosi na količinu poštovanja ili časti povezanih s društvenim položajem, osobinama pojedinca i načinom života.

Bogatstvo se odnosi na materijalnu imovinu koja je definiše kao vrijedna u određenim društvima. Termin društvena nejednakost odnosi se na postojanje društveno stvorenih nejednakosti. Društvena stratifikacija znači nazočnost društvenih grupa koje su rangirane jedna iznad druge, na temelju količine moći, ugleda i bogatstva koje njihovi članovi posjeduju. Određene društvene grupe imaju zajedničke identitete, interese i slične načine života. Međutim društvena nejednakost postoji i bez društvenih slojeva. Tamo gdje su u prošlosti postojale klase danas postoji neprekinut kontinuitet statusa po zanimanju, određen različitim stepenom ugleda i ekonomskog nagrađivanja. U kapitalističkom društvu stratifikacija može poslužiti kao primjer visoke društvene pokretljivosti ili otvorenog sistema. Mnogi tvrde da je nejednakost u društvu utemeljena biološki, prirodni ili fizički, od razlika u godinama, zdravlju, tjelesnoj snazi i osobinama duha. Ona sastoji od povlastica koje ljudi imaju u odnosu na druge, kao bogatstvo, ugled i moć.

Istraživači često sagledavaju društveni sloj na osnovu društvenog statusa, odnosno definišu svaki društveni sloj na osnovu nivoa statusa članova određenog sloja u poredjenju sa članovima drugih društvenih slojeva. Status se često sagledava relativnim rangiranjem članova svakog društvenog sloja na osnovu specifičnih faktora statusa. Npr., relativno bogatstvo (raspoloživa ekonomska sredstva), moć (stepen ličnog izbora ili uticaja nad drugim) i prestiž (stepen priznavanja

⁷ <https://iia-rf.ru/bs/men/vliyanie-obshchestva-na-socializaciju-lichnosti-kakim-obrazom/>

od strane ostalih osoba)su tri statusna faktora koji se najčešće koriste pri procijeni društvenih slojeva. Društveni stalež ima direktnog uticaja na kupovinu i potrošnju ljudi koji mu pripadaju.

Društveni stalež utiče na ponašanje potrošača preko četiri fenomena:

- statusna (zapažena) ponašanja
- dobivanje statusnih simbola
- kompenzacijska (nagrada) potrošnja
- značenje novca.

Statusna (zapažena) potrošnja-obitelj ili pojedinac koji želi isticati potrošnju to čini kupovinom luksuznih proizvoda kojima se komunicira statusna pripadnost. Vidljivost korištenja ovih proizvoda ili usluga posebno je značajna jer je ključni cilj njihove kupovine komuniciranje posjedovanja. Budući da često cijena sama po sebi komunicira ugled, dolazi do situacije da se proizvodi iste kvalitete smatraju uglednijim jedan od drugoga. To upućuje na zaključak da imidž proizvoda kreiran na percipiranju, a ne na stvarnim vrijednostima može biti osnovni motiv kupovine specifičnog proizvoda.

Statusni simboli u vrednovanju drugih-tijesna veza postoji između statusnog ponašanja i odabiranja i kupovine proizvoda te vrednovanja ljudi na osnovu tih istih simbola. To znači da ljudi koriste stvari i usluge koje pojedinci ili obitelji prihvataju kao podlogu procjenjivanja njihove staleške pripadnosti. Onaj ko vozi Mercedes i posjeduje zlatni Rolex, vjerovatno pripada višem staležu. Slični su statusni simboli putovanja oko svijeta ili posjedovanje skupe jahte, članstvo u poznatim klubovima idr.

Sukladno ovome ljudi kupuju proizvode i biraju usluge na osnovi njihovog statusnog simbola koji imaju u specifičnom društvu. Primjer je nastojanje određenog broja pripadnika srednjeg staleža da kupi ili sagradi kuću u „statusno“ prihvaćenim dijelovima grada s ciljem pomianja k višoj staleškoj razini.

Kompenzacijska potrošnja - koncept „nagrada“ ili kompenzacijske potrošnje također je povezan s isticanjem statusnih

simbola. Ova se potrošnja javlja kao kompenzacija nizu nesigurnosti i tjeskoba koje pojedinac osjeća. Naime, u nedostatku samopouzdanja ili samopoštovanja, potrošač kupuje proizvode kao kompenzaciju za psihološka stanja koja na drugi način ne može riješiti. Pojedinci kupuju automobil ili stan, žene najčešće kupuju krzno, nakit, odjeću isl. Kompenzacijska je kupovina tradicionalno bila tipična za članove srednjeg staleža koji su na temelju dugoročnih kredita kupovali kuće, automobile i druge proizvode trajne potrošnje.

Značenje novca-poseban koncept povezan sa staležom je novac. Ekonomisti novac definiraju kao standardno sredstvo plaćanja. Međutim značenje novca u jednom društvu obuhvata šire značenje osim njegove funkcije. Količina novca kojom pojedinci raspolažu utiče na obim i strukturu njegove potrošnje. Međutim, ostaje činjenica da poslije dostizanja značajnog novčanog bogatstva, daljnje sticanje postaje besmisleno. Među stvarima koje se novcem ne mogu kupiti su zdravlje, ljubav i sreća, istinsko prijateljstvo i djeca. Mnogobrojni su primjeri bogatih i u osnovu nesretnih ljudi.

Pojedinci unutar istog društvenog sloja imaju većinom slične želje i potrebe te tendenciju sličnijeg ponašanja nego osobe iz dva različita društvena sloja. Organizacijama je veoma važno razumjeti te želje i potrebe kako bi svoje strategije usmjerili prema njima te mogućnostima njihovog zadovoljavanja.⁸

PRIMJER UTICAJA KULTURE NA POSLOVNO OKRUŽENJE

Iako je teško prepoznati direktno djelovanje nacionalne kulture na poslovne rezultate, menadžeri trebaju biti svjesni važnosti kulturoloških razlika u svakodnevnom poslovanju. Nužno je voditi brigu o važnosti razlika u ponašanju pojedinih kulturoloških skupina i njihovu utjecaju na odnose unutar organizacije i poslovne rezultate. Međutim, ocjenjivanje pojedinog

⁸ Ivanković R. J., Radovanović N.M., (2014.): Ponašanje potrošača u Maxi centru Trebinje

ponašanja u kulturološkom kontekstu kao boljeg ili lošijeg, umjesto drugačijeg, nije poželjno. Također, ignoriranje kulturoloških razlika je neproduktivno i nepoželjno. Nakon teorijskih objašnjenja pojmova kulture, socijalizacije, društva i društvenih staleža i pojašnjenja kako to oni djeluju na ponašanje potrošača objasniti ćemo kako to kultura djeluje na poslovno okruženje, na konkretnim primjerima. Primjeri nisu izmišljeni, već su se stvarno desili u nekoliko velikih tvrtki kao što su Coca Cola, Pepsi, General Motors itd. Primjeri kako je kultura, tačnije jedan njen dio, jezik, uticao na neke od velikih brendova:

1. Dolazak Coca Cole na kinesko tržište, za ovu kompaniju značio je velike glavobolje. Da bi preveli ime brenda na kineski jezik angažirali su veliki broj stručnjaka. Prvo su pokušali sa Ke-kou-ke-la, što, kada se izgovori, zvuči kao Coca-Cola. Tek nakon što su logo printali nekoliko hiljada kopija otkrili su da ova fraza ustvari znači „zagrizi voskovog punoglavca“ ili „kobila punjena voskom“, u zavisnosti od dijalekta. Drugi pokušaj je bio uspješniji. Nakon analiziranja više od 40.000 kineskih znakova došli su do „Ko-kou-ko-le“ što u grubom prevodu ima mnogo prikladnije značenje – „radost u ustima“.

2. Ni najveći konkurent Coca Cole nije prošao mnogo lakše. Ulaskom na kinesko tržište shvatili su da njihov slogan „Pepsi Brings you Back to Life“ u Kini znači „Pepsi vraća vaše pretke iz groba“.

3. General Motors je došao u zbunjujuću situaciju kada je u Južnoj Americi predstavio svoje novo vozilo Chevy Nova. Uprkos svim naporima nisu prodali mnogo ovih automobila. Tek kada su shvatili da na španskom „no va“ znači „ne ide“ i preimenovali automobil u „Caribe“ prodaja je drastično porasla.

4. Američki slogan za cigarete Salem, „Salem – Feeling Free“ u Japanu je imao prilično neadekvatno značenje „Kada koristite Salem cigarete, osjećate se tako osvježeno da vam je mozak tako slobodan i prazan“

5. Najbolji način da se izbjegnu ovakve pogreške jeste korištenje jednostavnih, direktnih i kratkih oglašivačkih poruka, bez upotrebe igre riječi. Osim toga preporučljivo je angažovati lokalne stručnjake koji će pomoći da poruka bude adekvatno prevedena.

ZAKLJUČAK

Na osnovu pokazatelja i svega iznesenog u radu, možemo zaključiti da je uticaj kulture, socijalizacije, društva i društvenog staleža na ponašanje potrošača jako bitan. Svaki je potrošač individua za sebe, razlikuje se od ostalih po ovim navedenim elementima i svaki kvalitetan marketing menadžer treba da uzme u obzir ove elemente i prilagodi marketinški miks svakom potrošaču, tj. potrošačima različitih kultura, staleža da prilagodi svoje proizvode. Npr. poruke na ambalaži u različitim državama su napisane na različitim jezicima, ponuditi proizvode za svaki od staleža, udovoljiti njihovim prohtjevima itd.

Dinamičnost u okruženju razvijenih tržišnih privreda podstiču i promjene u transformaciji tradicionalnog pristupa teoriji i praksi marketinga. Marketing se u prošlosti fokusirao na to „kako što više prodati“. Danas su preduzeća marketing orijentisana – usmjerena su na potrošača i postizanju njegove lojalnosti. Pored razvijanja proizvoda/ usluga, obezbjeđenja odgovarajućeg uslužnog ambijenta, praćenje konkurencije preduzeća moraju voditi računa o potrebama i željama potrošača. Zbog toga marketing menadžeri u svojim istraživanjima moraju voditi računa o eksternim uticajima na ponašanje potrošača. U današnje vrijeme da bi jedno preduzeće poslovalo što bolje, njihova orijentacija mora biti okrenuta ka potrošačima. Zbog toga se marketing istraživanje u najvećoj mjeri bavi istraživanjem njihovog ponašanja u različitim okolnostima. Najvažniji faktori koji utiču na potrošača jesu društveni faktori i to iz razloga što današnje globalno društvo najveću pažnju poklanja mišljenju drugih.

Tako da uticaj kulture, porodice, društvenog okruženja ima najveći uticaj na odluke o kupovini. Baveći se proučavanjem društva i njegovog uticaja marketing omogućava proizvođačima proizvoda i usluga da kvalitetno istraži ciljno tržište i da uz pomoć rezultata istraživanja kreira adekvatan proizvod.

LITERATURA

- [1] Čičić, M. Husić, M. Kukić, S. Ponašanje potrošača Ekonomski fakultet u Mostaru 2009
- [2] Kesić, T. Ponašanje potrošača Adeco Zagreb 1999
- [3] Cavusgil S. T., Knight G., Riesenberger J. R., Rammal H. G., Rose E. L. (2014.) 'International Business'
- [4] Ivanković R. J., Radovanović N.M., (2014.): Ponašanje potrošača u Maxi centru Trebinje
- [5] Dlačić, J., Ribarić, I., Barna, M. (2016) Pobuđivanje emocija kod potrošača
- [6] <https://iia-rf.ru/bs/men/vliyanie-obshchestva-na-socializaciyu-lichnosti-kakim-obrazom/>

DIREKTNI UTICAJI RAZVOJNE POLITIKE NA SISTEM CIJENA

DIRECT INFLUENCES OF DEVELOPMENT POLICY ON THE PRICE SYSTEM

Semiha Repak

SAŽETAK

Jedan od veoma važnih aspekata u daljem razvoju našeg privrednog sistema odnosi se na potrebu njegova boljeg povezivanja s razvojnom politikom. Poznato je da su osnovni kriteriji u sprovođenju politike cijena na našem tržištu bili razvojna politika, svjetske cijene, stepen i struktura razvijenosti domaće privrede i troškovni princip. Polazni kriterij, mada to nije eksplicitno rečeno, bio je razvojna politika. S obzirom na to da je koncepcija razvoja zasnovana na uključivanju bosanskohercegovačke privrede u međunarodnu podjelu rada, pa, prema tome, i u svjetske tržišne tokove, normalno je bilo da se kao drugi kriterij u politici cijena uključi svjetska cijena, i to ne potpuno autonomno, nego preko razvojnog kriterija odnosno preko režima uvoza, carinske zaštite i slično.

Problem istraživanja u ovom radu je činjenica, da se pokreću temeljna pitanja u našem društveno-ekonomskom sistemu, zbog čega se javlja potreba brižljivog proučavanja determinanti i funkcije sistema cijena, odnosno svih činilaca i uloge politike cijena u našim društveno-ekonomskim uslovima.

Cilj rada je ukazati na presudne okolnosti - da je sloboda predodređena objektivnim zakonitostima i nužnošću postojanja konkurencije subjekata ekonomije u strukturama tržišta. Poricanje ili zanemarivanje tih determinanti u političkoj praksi - dovelo bi nas u neželjene situacije porasta protivrječnosti i nesklada.

Suvišno je pominjati potrebu uvažavanja i drugih kategorijalnih određenja -

ravnopravnosti i jedinstva u zemlji, što treba da se odrazi makar kao orijentacija ili dugoročni cilj ako ne može biti postignuto kao rješenje u tekućoj etapi razvoja.

Ključne riječi: cijene, politika, razvoj, tržište, uvozna politika i zaštitne carine.

ABSTRACT

One of the very important aspects in further developing our economic system refers to the need for its better connection with the development policies. It is known that basic criteriums for conducting prices policies were development policies, world prices, degree and structure of the development of local economics, and cost principle. The starting criteria, although not specifically stated, was a development policy. Considering that the conception of development based on inclusions of Bosnian and Herzegovinian economy in international work dividing, so accordingly, to world market flows also, it was normal too, as second criteria, in price policies to include world prices and not completely autonomously, but through development criteria or import regime and other. The problem in investigating in this work to start crucial matters in our social-economic system, its necessary to thoroughly studying the determinants and functions of the price system, that is, all subjects and role of price policies in our social-economic conditions. The purpose of this work is to point at the crucial circumstances - that the freedom predetermined to objective legalities and the necessity of existing competition of economic entities in market structures.

Denying or ignoring those determinants in policies would take us to unwanted situations of enlarging discrepancy and contradiction. It is superfluous mentioning the need of respecting other categorical designations – equality and unity in the country which should be reflected at least as an orientation or a long term goal if it cannot be achieved as a solution in the following stage of development. Keywords: policies, development, market, import policies, and customs protecting

UVOD

U Bosni i Hercegovini postoji visok stepen saglasnosti u ocjeni da su u nizu posljednjih godina veze između privrednog sistema i razvojne politike sve više labavile, sto je, pored ostalog, imalo za posljedicu raskorak između zacrtanih i ostvarenih ciljeva razvoja, a s tim u vezi i zaoštavanje određenih protivrječnosti u privredi i društvu.

Sistem i politika cijena, kao veoma bitna komponenta sistema planiranja proširene društvene reprodukcije, u svom daljem razvoju mora odigrati jednu od odlučujućih uloga u rješavanju tog problema, odnosno u uspostavljanju boljih veza između privrednog sistema i razvojne politike.

S obzirom na važnost tih problema neki relevantni stavovi mogli bi se nešto više izdiferencirati i eventualno i nešto šire elaborirati.

To upućuje na sljedeće: kada je riječ o boljem povezivanju privrednog sistema i razvojne politike u sferi sistema i politike cijena, onda se u skladu s principima odlučivanja na raznim nivoima organizacije, mora voditi računa o dva nivoa - o nivou suvereniteta i o nivou neprikosновенosti.

Nivo neprikosновенosti odnosi se na privredne subjekte. Taj nivo ima za cilj da osigura simultano i klasni karakter društveno-ekonomskih odnosa.

Drugi nivo - nivo suvereniteta odnosi se na entitete (FBiH i RS) i Distrikt Brčko. Taj nivo suvereniteta ima za cilj da osigura praktično provođenje u život principa državnog uređenja Bosne i Hercegovine, s obzirom

na činjenicu da smo mnogonacionalna zajednica ravnopravnih naroda i narodnosti. Druga bitna karakteristika za istaknuti, kada je riječ o boljem povezivanju privrednog sistema i razvojne politike u sferi sistema i politike cijena, odnosi se na međuzavisnost primarne raspodjele dohotka i uloge i mjesta institucije samofinansiranja u privrednom sistemu naše zemlje.

S time u vezi za naglasiti je prije svega činjenicu da je klasična definicija samofinansiranja, ta koja samofinansiranje zatvara u okvire preduzeća. Tako definirano samofinansiranje ne odgovara više modelu privrednog sistema koji se temelji na društvenom/državnom vlasništvu, na sredstvima tih preduzeća kao dominantnom obliku u kojem se realizira odvijanje procesa proširene društvene reprodukcije.

USPOSTAVLJANJE MEHANIZAMA PRIVREDNOG SISTEMA

Mehanizmi privrednog sistema u Bosni i Hercegovini uspostavljaju se na svim organizacionim nivoima, ali će specifično težište biti na širem povezivanju s ekonomskom politikom koja se uspostavlja u zemlji. Time će se omogućiti, da rezultati poslovanja privrednih subjekata i sredstava kao osnovni instrument za osiguranje efikasnog i strukturno usklađenog razvoja budu u funkciji politike razvoja. To znači da širi aspekti udruživanja rada i sredstava treba da predstavljaju temeljnu polugu kreiranja razvojne politike, što i leži u samoj osnovi sistema planiranja proširene društvene reprodukcije¹.

Oba momenta (i to kako onaj prvi u vezi s dva spomenuta nivoa, tj. nivoom privrednih subjekata i entiteta i Distrikta Brčko, tako i ovaj drugi u vezi s ulogom i mjestom poslovnih rezultata, koji se od preduzeća očekuju) navode na jedan osnovni zaključak u tom pravcu da polazna osnova boljeg povezivanja privrednog sistema i razvojne

1 Martinović, D. (2014) "Privredni razvoj - politike malih i srednjih poduzeća", Vanjskopolitička inicijativa BH, Fond otvoreno društvo BiH, Sarajevo, pp. 1-5

politike u sferi sistema i politike cijena mora biti izražena, što je moguće više, u orijentaciji na relativno ujednačavanje uslova privređivanja, tj. u orijentaciji na politiku ravnotežnih i paritetnih cijena.

To, razumije se, nikako ne znači da se povezivanje privrednog sistema i razvojne politike u sferi sistema i politike cijena ne može i izvan okvira ravnotežnih i paritetnih cijena koristiti za jačanje akumulativne i reproduktivne sposobnosti (u smislu iznadprosječnog jačanja putem primarne raspodjele institucije solventosti i likvidnosti) u onim dijelovima društvene reprodukcije u kojima se izražavaju zajednički dogovoreni i utvrđeni interesi i ciljevi razvoja.

Međutim, kako svako odstupanje od ravnotežnih cijena u pravcu jačanja akumulativne i reproduktivne sposobnosti pojedinih privrednih subjekata u stvari znači određenu međugransku i međuregionalnu redistribuciju dohotka, veoma je važno, radi odgovarajućeg respektiranja spomenutih principa, tačno utvrditi postupak i proceduru po kojoj se takva odstupanja mogu provoditi.

Mislim da bi se taj postupak najadekvatnije mogao provesti u okviru koncepta programirane akumulacije².

Taj koncept polazi od potrebe objektivizacije proporcija namjenske raspodjele dohotka na akumulaciju, odnosno investicije i potrošnju³. Prvi koraci te objektivizacije već su učinjeni u uslovima stjecanja i raspodjele dohotka. Daljnji koraci na putu veće objektivizacije proporcija namjenske raspodjele dohotka ovisit će kako o dosljednijem provođenju politike ravnotežnih (paritetnih) cijena, tako i o dosljednijem pronalazenju onih kriterija namjenske raspodjele koji će, u većoj mjeri nego je to do sada bio slučaj, pored kretanja individualne produktivnosti rada uvažavati i kretanje društvene produktivnosti rada.

2 Matko Meštrović (2006): Globalna kriza i socijalna zemlja, Socijalna ekologija : časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, Zagreb

3 Martinović, D. (2014) "Privredni razvoj - politike malih i srednjih poduzeća", Vanjskopolitička inicijativa BH, Fond otvoreno društvo BiH, Sarajevo

U okviru primjene koncepta programirane akumulacije može se u procesu planiranja osiguravati na bazi iznad ravnotežnih odnosa u cijenama, odnosno u primarnoj raspodjeli, jačanje akumulativne i reproduktivne sposobnosti onih dijelova reprodukcije u kojima su izraženi zajednički interesi i ciljevi razvoja.

Svaki se takav zahvat, međutim, mora zasnivati na odgovarajućoj proceduri uspostavljanja odnosa između razvojne politike i politike cijena. Radi pripremanja što adekvatnije ekonomsko-analitičke osnove za dogovore i sporazume ove vrste, bilo bi neophodno da se odgovarajućim metodološkim postupcima [recimo putem primjene međusektorske (input-output) analize i tehnike] unaprijed simulira intenzitet tih efekata u smislu mjerenja kvantitativnih odnosa međugranskog i međuregionalnog prelijevanja odnosno redistribucije dohotka.

Na toj bi se osnovi, primjenom koncepta programirane akumulacije, mogla ostvariti nešto bolja veza između privrednog sistema i razvojne politike u sferi sistema i politike cijena.

Prednosti takvog koncepta bile bi, pored ostalog, i u tome što bi se sva akumulacija koja se dobiva na liniji primjene koncepta programirane akumulacije u cijeni proizvoda iznad objektivizirane ravnotežne proporcije - trošila strogo namjenski kao direktni prihod odgovarajućih poslovnih fondova⁴.

TEMELJNA PITANJA POLITIKE I SISTEMA CIJENA

Svjetski ekonomski trendovi potenciraju, ne samo organizacione već i značajne kvalitativne izmjene u odnosu na sadašnje stanje na području tržišta i cijena, s kojim ni jedna ekonomija nije zadovoljna. To

4 Gemmell, N., Kneller, R., McGowan, D., Sanz, I. & Sanz-Sanz, J.F. (2019), „Corporate Taxation and Productivity Catch-Up: Evidence from European Firms“, Scandinavian Journal of Economics Volume 120, Issue 2, pp. 372-399.

nameće potrebu traženje izlaza iz takvih odnosa, te u tom smislu navodim sljedeće:⁵ (1) Sistem cijena treba da se dovede u sklad s novim tržišnim odnosima, pri tom je jasno da se naši produkcionni odnosi, karakteristični sam za bosanskohercegovačku privredu, bitno razlikuju kako od čisto privatnosvojinskih tako i od čisto državnosvojinskih sistema, što mora da dođe do izražaja i u sistemu cijena.

(2) Novi sistem cijena treba graditi na takvim operativnim rješenjima koja će omogućiti da odgovornost i prava za uređivanje odnosa na tržištu preuzmu što neposrednije privredni subjekti, da oni - na svim nivoima odlučuju o cjelokupnoj reprodukciji.

(3) Treći je prijedlog, da novim sistemom cijena treba obezbijediti organizacione uslove za postupnu stabilizaciju cijena, jer bez toga nije moguće ostvariti prva dva zahtjeva.

(4) Organizaciju tržišta i sistema cijena treba učiniti funkcionalnijom, da bi efikasnije podsticali produktivnost i ekonomiju sredstvima za proizvodnju, što je uslov da bismo mogli ostvariti potrebne stope privrednog razvoja i rasta zaposlenja, a posebno je to važno za održanje i razvijanje izvozne sposobnosti naše privrede u novonastalim uslovima međunarodne razmjene.

Razumije se da kroz navedena četiri prijedloga posmatram i teze o kojima sam pisala u prvom dijelu ovog rada.

Za razliku od teza, koje su postavljene tako kao da se sistem cijena svodi samo na raspodjelu dohotka, ja na sistem cijena ne gledam samo sa stanovišta raspodjele. Naš sistem cijena mora da obavlja istovremeno pet osnovnih funkcija (tj. informativnu, distributivnu, selekcijsku, razvojno-alokacijsku i stvaranje jednakih uslova za ostvarivanje dohotka). Kad ne bismo vodili računa o svim tim funkcijama, sistem cijena

ubrzo bi doveo do stagnantnog dohotka i nazadovanja raspodjele. Prema tome, isto toliko kao o raspodjeli mora se voditi računa i o tome kako će sistem podsticati privređivanje⁶. Pogrešno bi bilo kad bismo raspodjelu dohotka interpretirali samo kao funkciju odnosa cijena, jer razlike u nivou dohotka i rast dohotka zavise i od efikasnosti poslovanja, produktivnosti itd.

Kao najhitnije u ovom trenutku postavlja se, da sve mehanizme privrednog sistema koji prejudiciraju globalna kretanja na tržištu treba uskladiti i kontrolisati tako da se obezbijede uslovi za stabilizaciju cijena.⁷ U tezu su makrodeterminante cijena (raspodjela, kreditno-monetarna politika itd.) ukratko spomenute, ali u osnovi teze polaze od pretpostavke da je globalnu ravnotežu tržišta moguće obezbijediti parcijalnim ograničenjima cijena, kao što je Republika Hrvatska učinila sa ograničenjem cijena goriva, odnosno direktnom kontrolom cijena. Težište je postavljeno na sveobuhvatnu direktnu kontrolu cijena. Dobija se utisak kao da je iz toga izveden zahtjev za sveobuhvatom pristupu utvrđivanju odnosa države prema cijenama, pri čemu bi odluke Vlada entiteta u BiH, zapravo postale pomoćni instrument direktne kontrole cijena. Međutim, sasvim je nerealno očekivati da bi direktna kontrola cijena mogla supstituisati mehanizme koji određuju makroravnotežu. To je nemoguće, između ostalog i zbog toga što, na primer, na strani kreiranja tražnje ima tokova koji su van uticaja privrednih subjekata u zemlji (npr. doznake iz inostranstva, promjene u stopama štednje itd.). Za održavanje globalne ravnoteže neophodno je permanentno *ex ante* i tekuće makrobalansiranje proizvodnje⁸,

6 Džafić, Z., (2006). *Preduzetnička ekonomija – Mala i srednja preduzeća u funkciji restrukturiranja tranzicijskih privreda*. Tuzla: Denfas.

7 Carree, M. A. (2002), „Industrial restructuring and economic growth.“, *Small Business Economics*, 18. Kluwer Academic Publishers, Netherlands, pp. 243-255.

8 Bräutigam, R., Spengel, C. & Stutzenberger, K. (2019), „The development of corporate tax systems in the European union from 1998 to 2017: Qualitative

5 Carree, M. A. (2002), „Industrial restructuring and economic growth.“, *Small Business Economics*, 18. Kluwer Academic Publishers, Netherlands, pp. 243- 255.

raspodjele, uvoza-izvoza i tražnje; taj indirektni mehanizam predstavlja centralni mehanizam sistema cijena, koji zahtjeva stalno praćenje i usklađivanje na nivou entiteta i Distrikta Brčko BiH, i to povezano i oslonjeno na sprovođenje svih stabilizacionih mjera u privredi i u vanprivrednim djelatnostima, tj. na sprovođenje sistema planiranja, sprovođenje stabilizacione raspodjele, odnosno, usklađivanje razvojnih programa, na dugoročnom uređivanju proizvodno-prometnih odnosa itd. Mišljenja sam, da sva dosadašnja iskustva potvrđuju da se direktnom kontrolom cijena ne može obezbijediti stabilnost tržišta i cijena.

Funkcionalnost sistema cijena je, po mom mišljenju, najslabija strana teza. Funkcionalni su aspekti i suviše zapostavljeni. Zanemaren je cijeli kompleks ekonomije angažovanja i trošenja sredstava za proizvodnju, jer je pretpostavljeno da se ekonomija sredstvima obezbeđuje sama po sebi, kao da sam sistem motivacije obezbeđuje optimalno korištenje sredstava, da imamo idealnu mobilnost sredstava, idealno tržište i da postoji harmonija interesa među konkurentskim proizvođačima. Jasno je da ništa od toga u realnosti nije tako. Zbog toga sam u radu, posebnu pažnju posvetila problemu korištenja sredstava za proizvodnju, stalnih i obrtnih, i predložila neka moguća sistemski rješenja za poboljšanje ekonomije sredstvima i približavanje raspodjele načelu raspodjele prema radu.

Sljedeći funkcionalni nedostatak jest u tome što je primarna raspodjela u tezama koncipirana na način koji ne omogućava usklađen razvoj proširene reprodukcije⁹. Nesporo je da su elasticiteti i stope rasta tražnje raznih proizvoda različite, da moraju biti različite granske stope rasta proizvodnje i da je sastav sredstava od grane do grane različit. Samim tim, jedinstvena stopa and quantitative analysis“, Intertax, Volume 47, Issue 6-7, pp. 536-562

9 Ur Rehman, N., Çela, A., Morina, F & Sulčaj Gura, K. (2019), „Barriers to growth of SMEs in Western Balkan countries“, Journal of Management Development, Volume 38, Issue 1, pp. 2-24

dohotka ne može omogućiti međugranski usklađen razvoj niti raspodjelu dohotka za potrošnju prema doprinosima tekućeg rada. U osnovama ovog rada, na više mjesta se ponavlja misao da je dohodak samo funkcija odnosa cijena, s naglaskom da dohodak isto tako zavisi od ekonomije trošenja prenesenog opredmećenog rada i ekonomije angažovanja i korištenja stalnih i obrtnih sredstava. Savremeni tehnički progres i konkurencija odvijaju se upravo na svakodnevnoj bazi za bolju ekonomiju materijala za izradu, za supstitucije, za brzi obrt sredstava, a sve je to u osnovama praktično apstrahirano¹⁰. Takav utisak dobija se kada se čitaju neke odluke Vlade Federacije Bosne i Hercegovine u kojima se za normalni dohodovni odnos predlaže prosta ekstrapolacija sadašnjeg stanja ekonomičnosti i produktivnosti po grupacijama unutar pojedinih grupacija, koje su postigle sporazume o cijenama.

Iz one prve pogrešne premise - da dohodak zavisi samo od odnosa cijena - proizilazi još rizičnije zaključivanje: ako neka grupacija nije zadovoljna svojim dohotkom, onda ispada da bi to trebalo rješavati promjenom odnosa cijena. No, jasno je da bi to bila samo dioba inflacije.

Takav odnos doveo bi do nesagledivih poremećaja i lomova u raspodjeli i reprodukciji. Iz radova do kojih sam došla, a koje su objavili naši ekonomisti, dohodne teorije nisu nikad poricali da u stvarnom životu postoji lepeza organskog sastava faktora, različit obrt sredstava, različito kretanje tehničkog progressa i produktivnosti itd. Kad bismo prihvatili da se cijene formiraju obračunskim putem, kao što neki teoretičari predlažu, ili kad bismo ekonomski položaj raznih grupacija počeli mjeriti prosječnom dohodnom

10 Burke, L. i Galler, K (2011). „Achieving optimum balance in the simplification of tax compliance obligations for business customers and management of compliance and collection risks by revenue“, Proceedings of the European Conference on e-Government, ECEG2011, Pages 124-131, 11th European Conference on e-Government, ECEG 2011; Ljubljana; Slovenia; 16 June 2011 through 17 June 2011.

stopom, takav sistem cijena značio bi najveće udaljavanje od principa raspodjele prema radu, znatno veće nego što ga imamo danas, jer bi se dohodak po sili neke administrativno nametnute formule sistematski selio u grane s nižim sastavom sredstava a nezamislivo je da bi zbog toga savremenu tehnologiju koja se primjenjuje u crnoj metalurgiji trebalo seliti, recimo, u tekstilnu industriju. Mislim da o tome više i ne bi trebalo diskutovati na teorijskom nivou, bolje bi bilo da osnove svog naučnog doprinosa odnosima ekonomskog razvoja i cijena u Bosni i Hercegovini, damo na verifikaciju neposrednim proizvođačima da oni kažu šta je realno, a šta nerealno.

Sljedeća protivrječnost jest u tome što neki od ekonomskih teoretičara pišu, da u novom sistemu moramo da respektujemo zakon vrijednosti i objektivne ekonomske zakonitosti (mislim na one zakone koji su zaista neizmjenljivi), ali istovremeno je koncepcija o cijenama postavljena tako kao da se dugoročno djelovanje zakona vrijednosti može ukinuti¹¹. Iako znamo, da je nemoguće predvidjeti budući tehnički progres, inovacije, supstitucije, sve buduće promjene u potrebama, u tražnji i elasticitetima potrošnje. Ovaj problem, kao normalan problem svake dinamičke privrede, „riješen” je tako kao da bi s mjesnim zajednicama trebalo utvrđivati kakav će u narednih 5 godina biti, npr., elasticitet moje tražnje za frižiderom, obućom itd., pa da se na osnovu toga unaprijed utvrde sveobuhvatni planovi finalne potrošnje za naredni period. Evidentno je da je to nemoguće¹². I ako često dođem u priliku da pročitam neke od ranijih radova u kojima se naglašava, perioda kada smo imali

najrazvijenije planiranje - da smo i tada godišnje planove morali rebalansirati po dva-tri puta godišnje. Takva dinamika bila je već onda, a danas je još življa, pogotovo na strani uvoza i izvoza, čiji su uticaji veoma jaki i nepredvidivi ni za dvije godine unaprijed.

Shodno navedenom, smatram da tržište mora da bude ono mjesto na kojem se u krajnjoj liniji objektiviziraju potrebe, realizuje proizvodnja i vrijednost proizvoda. Ta se funkcija tržišta, po mom mišljenju, ne može supstituisati nikakvim granskim dogovaranjem, jer se i oni zaključuju unutar tržišnih potreba i parametara. Međutim, takvi dogovori, mogu i treba da bitno doprinesu stabilizaciji tržišta i time približavanju k raspodjeli prema radu.

Neki ekonomski teoretičari smatraju da putem cijena treba ispravljati ekonomski i dohodovni položaj pojedinih grupacija, što bi bilo jednostrano i u sukobu sa stabilizacionim zadacima - a pri tom se pretpostavlja da se iz podataka o ekonomskom položaju preduzeća i grana mogu izvesti podaci o relativnim nivoima pojedinih konkretnih cijena u sklopu ukupne proizvodnje pojedinih privrednih subjekata ili grapa. Tu se polazilo od najjednostavnijih primjera monoprodukcije (npr. uglj - energetika = koks + koncentrat Fe = čelik, itd.). Takvih jednostavnih tehnoloških lanaca u industriji ima, u stvari, svega oko 8%, po našim izračunima. Sve drugo mnogo je složenije, pri čemu većina naših preduzeća proizvodi po 10 do 20 različitih proizvoda. Proizvodnja je vezana i maksimalizacija dohotka preduzeća ne dobija se maksimalizacijom dohotka po svakom proizvodu, već takvim prosječnim i marginalnim kombinacijama koje maksimaliziraju globalni dohodak preduzeća. Vezani troškovi, čija je alokacija na proizvode-nosioce uvijek više-manje arbitrarna, iznose najčešće 30-35%, zbog čega kod vezane proizvodnje nikad ne možemo biti sigurni je li dohodovni položaj pojedinog proizvoda baš takav kakav je prosječan položaj cijelog asortimana. Na kraju je uvijek odlučujuća realizacija

11 Umihanić, B., Tulumović, R., Omerović, M., Simić, S., Markuš, R., 2012. GEM BiH, Global Entrepreneurship Monitor, globalni monitor poduzetništva, Poduzetničkim obrazovanjem do (samo)zapošljavanja mladih, Tuzla: ED Centar za razvoj poduzetništva

12 Ur Rehman, N., Čela, A., Morina, F & Sulčaj Gura, K. (2019), „Barriers to growth of SMEs in Western Balkan countries“, Journal of Management Development, Volume 38, Issue 1, pp. 2-24

na tržištu i ostvareni ukupni dohodak preduzeća.

ZAKLJUČAK

Odnos ekonomskog razvoja i politike cijena, u najvećoj mjeri odražava našu stvarnost, odražava realne odnose koji postoje u našem društvu i koji su zaista, najblaže rečeno, vrlo složeni odnosno koji su, malo oštrije rečeno, dosta divergentni, i to iz dva zaloga:

Prvi, državno uređenje Bosne i Hercegovine, kojim je entitetima ostavljeno da samostalno vode ekonomsku politiku; i

Drugo, je utjecaj nauke, jer nauka deluje u okviru materijalnih snaga i materijalnih odnosa i naravno da nije van toga.

Međutim, to u isto vrijeme pokazuje da je rad na koncipiranju materije kao što je sistem i politika cijena i pokušaj izrade nekih normativnih rješenja- skopčan s tom istom činjenicom, skopčan s problemom da riješi vrlo složene međusobne odnose, da riješi vrlo divergentna materijalna i druga različita gledanja.

U tom smislu slobodno možemo reći, da naći pravo rješenje međudnosa ekonomskog razvoja i politike cijena u Bosni i Hercegovini je teško pitanje, mada postoje pokušaji da se nađe rješenje, ali su ona još uvijek nedovoljno precizna i nedovoljno jasna i za koja se nadamo da će se vremenom naći rješenja. Ali, to ne bi trebalo da bude razlog da se neka bitna opredjeljenja, neka opredjeljenja koja su van diskusije, dovode pod sumnju. A ta opredjeljenja, po mom sudu, proizilaze iz vrlo jasnih određenih opredjeljenja i ciljeva.

Zbog toga mislim da bilo kakvo normativno regulisanje stvari na nekom nivou (a najčešće nismo čuli na kojem nivou, gdje je to, ko je to taj koji treba to da radi) izvan preduzeća i onih njegovih dohodovnih veza izvan privrednog Sistema, nisu na liniji opredjeljenja. U tom smislu bilo bi korisno, naročito kad se radi o kompleksu mehanizma uzimanja u obzir pokazatelja, mehanizma ocjenjivanja i reflektovanja

tržišta i tako dalje, usredsrede na nivo privrednih subjekata, po liniji dohotka i dohodovnih odnosa.

Svaki drugi nivo, svaki prijedlog koji to diže na neki državni, odnosno entitetski nivo, na nivo nekih matematičkih i dobrih proračuna, mislim da se objektivno sukobljava sa suštinom naših odnosa koje želimo da izgradimo.

Možda nisam u radu dovoljno naglasila, da se polazi od svih tih elemenata kojima se djeluje na ponudu i tražnju. Ali sada se postavlja jedno fundamentalno pitanje, koje je u radu istaknuto, a to je: da li pod pretpostavkom da sve to imamo (a mislim da smo u dosadašnjem periodu vidjeli kako nam sve to skupa djeluje) treba politika cijena?

LITERATURA

- [1] Aidis, R., and Sauka, A., (2005). "Assessing Moving Targets: Analyzing the Impact of Transition Stages on Entrepreneurship Development", *Ekonomika*, 69, ISSN 1392-1258, pp. 1-21.
- [2] Aldžić, E., (2015). Uticaj poreznog sistema na konkurentnost malih i srednjih preduzeća u Federaciji BiH. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
- [3] Berthol, N, Kullas, M., and Neumann, M. (2007) "Wie motiviert man Unternehmen in Deutschland?" *Wirtschaftsdienst*, Vol 87, Iss.12, pp. 818-823.
- [4] Bond, S. & Xing, J. (2015). "Corporate taxation and capital accumulation: Evidence from sectoral panel data for 14 OECD countries", *Journal of Public Economics*, Volume 130, pp. 15-31.
- [5] Bräutigam, R., Spengel, C. & Stutzenberger, K. (2019), "The development of corporate tax systems in the European union from 1998 to 2017: Qualitative and quantitative analysis", *Intertax*, Volume 47, Issue 6-7, pp. 536-562
- [6] Burke, L. i Galler, K (2011). "Achieving

- optimum balance in the simplification of tax compliance obligations for business customers and management of compliance and collection risks by revenue“, Proceedings of the European Conference on e-Government, ECEG2011, Pages 124-131, 11th European Conference on e-Government, ECEG 2011; Ljubljana; Slovenia; 16 June 2011 through 17 June 2011.
- [7] Carree, M. A., and Thurik, A. R. (1998). „Small Firms and Economic Growth in Europe“, *Atlantic Economic Journal*, 26(2), pp.137-146.
- [8] Carnes, G.A. and Cuccia, A.D. (1996), „An analysis of the effect of tax complexity and its perceived justification on equity judgments“, *The Journal of the American Taxation Association*, Vol. 18 No. 2, pp. 40-56.
- [9] Carree, M. A. & Thurik, A. R. (2002). „The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth“, *International Handbook of Entrepreneurship Research*, pp. 1-27
- [10] Carree, M. A. (2002), „Industrial restructuring and economic growth.“, *Small Business Economics*, 18. Kluwer Academic Publishers, Netherlands, pp. 243- 255.
- [11] Chittenden, F., Kauser, S. and Poutziouris, P. (2003), „Tax regulation and small business in the USA, UK, Australia and New Zealand“, *International Small Business Journal*, Vol. 21 No. 1, pp. 93-115.
- [12] Chittenden, F., Kauser, S. and Poutziouris, P. (2005), „PAYE-NIC compliance costs – empirical evidence from the UK SME economy“, *International Small Business Journal*, Vol. 23 No. 6, pp. 635-56.
- [13] 13. Corman, J., and Lussier, R. N., (1996). *Small Business Management: A Planning Approach*. USA: Irwin.
- [14] Dostić, M., (2002). *Menadžment malih i srednjih preduzeća*. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu.
- [15] Džafić, Z., (2006). *Preduzetnička ekonomija – Mala i srednja preduzeća u funkciji restrukturiranja tranzicijskih privreda*. Tuzla: Denfas.
- [16] European Commission. (2012). *The New SME Definition. User Guide and Model Declaration*, p.14
- [17] European Commission. (2015) *Simplified Tax Compliance Procedures for SMEs*, Brussels, [online]. Available at: <https://publications.europa.eu/> [Accessed 17 May 2019]
- [18] European Commission (2018) *Tax Compliance Costs for SMEs*, Brussels, November 2018, [online]. Available at: <https://publications.europa.eu/> [Accessed 17 May 2019]
- [19] Federici, D. & Parisi, V. (2015) „Do corporate taxes reduce investments? Evidence from Italian firm-level panel data“, *Cogent Economics and Finance*, Volume 3, Issue 1
- [20] Gemmell, N., Kneller, R., McGowan, D., Sanz, I. & Sanz-Sanz, J.F. (2019), „Corporate Taxation and Productivity Catch-Up: Evidence from European Firms“, *Scandinavian Journal of Economics* Volume 120, Issue 2, pp. 372-399.
- [21] Glaeser, E. L., Kallal, H. D, Scheinkman, J. A & Shleifer, A. (1992). *Growth in Cities*. *Journal of Political Economy*, 100, pp. 1126-1152.
- [22] Haber, S. and Reichel, A. (2007), „The cumulative nature of the entrepreneurial process: the contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance“, *Journal of Business Venturing*, Vol. 22 No. 1, pp. 119-45.,
- [23] 23. Joumard, I. (2002), „Tax systems in European Union Countries“, *OECD Economic Studies*, Vol. 34, pp. 91-151
- [24] 24. Kamleitner, B., Korunka, C. i Kirchler, E. (2012), „Tax compliance of small business owners: A review“, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 18 Iss: 3 p. 338
- [25] Karmel, S. M., and Bryon, J. A., (2002). *Comparison of Small and Medium Sized Enterprises in Europe and in the USA*. London: Routledge.

- [26] Martinović, D. (2014) "Privredni razvoj - politike malih i srednjih poduzeća", Vanjskopolitička inicijativa BH, Fond otvoreno društvo BiH, Sarajevo, pp. 1-5
- [27] Martinović, D. & Veselinović, Lj. (2018). „Da li nivo poduzetničke aktivnosti i indeks TEA predstavljaju pokazatelje ekonomskog rasta?“, BH Ekonomski forum, Vol 8, No 1, p.13
- [28] Mašić, S., (2018). Determinante pokretanja samostalnih poduzetničkih poduh- vata u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
- [29] Molan, P. (2007). „Service delivery-simplifying tax administration for individuals and business“, Proceedings of the European Conference on e-Government, ECEG2007, Pages 349-357, 7th European Conference on e-Government, ECEG 2007; Den Haag; Netherlands; 21 July 2007 through 22 July 2007
- [30] Narodna skupština Republike Srpske (2013). Zakon o razvoju malih i srednjih preduzeća RS. [online]. Available at: <http://www.narodnaskupstinars.net/?q=la/akti/usvojeni-zakoni/zakon-o-razvoju-malih-i-srednjih-preduze%C4%87> [Accessed 15 December 2018]
- [31] Petković, S., and Berberović, Š., 2013. Ekonomika i upravljanje malim i srednjim preduzećima, Principi i politike. Banja Luka: Ekonomski fakultet
- [32] Pojam i značenje malih i srednjih poduzeća. Available at: www.agr.unizg.hr [Accessed 18 December 2017]
- [33] Porter, M. E., (1998). The Competitive Advantage of Nations, Free Press, ISBN12-9780684841489
- [34] Robbins, K., Pantousco, F., and Fuller, K. (2000). "An Empirical Assessment of the Contribution of Small Business Employment to U.S. State Economic Performance", Small Business Economics, pp. 293-302.
- [35] Schumpeter, J., (1934). The Theory of Economic Development, Cambridge: Harvard University Press
- [36] Terzić, S. (2017). "Poreski sistem u Bosni i Hercegovini", Ekonomski izazovi, godina 6, broj 12, decembar 2017, p. 72
- [37] Umihanić, B., Tulumović, R., Omerović, M., Simić, S., Markuš, R., 2012. GEM BiH, Global Entrepreneurship Monitor, globalni monitor poduzetništva, Poduzetničkim obrazovanjem do (samo) zapošljavanja mladih, Tuzla: ED Centar za razvoj poduzetništva
- [38] Ur Rehman, N., Çela, A., Morina, F & Sulçaj Gura, K. (2019), „Barriers to growth of SMEs in Western Balkan countries“, Journal of Management Development, Volume 38, Issue 1, pp. 2-24

UTICAJ DRVNE INDUSTRIJE NA EKONOMSKI RAZVOJ ZEMLJE

THE IMPACT OF THE WOOD INDUSTRY ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Damir Muhić
Amir Osmančević

SAŽETAK

Namjena rada je ocijeniti uticaj drvne industrije na ekonomski razvoj BiH, s posebnim naglaskom na namještaj, kao finalni proizvod. Za tu namjenu su uporabljeni koeficijenti konkurentnosti proizišli iz matrica analize politike (skraćeno PAM). To je ekonomski model parcijalne ravnoteže, namijenjen izračunavanju tržišnih efekata različitih političkih scenarija. PAM matricu, koja se isto tako temelji na teoriji parcijalne ravnoteže i koja je najčešće namijenjena analizi efekata političkih mjera na ekonomiku proizvodnje upotrebili smo za projekciju konkurentnosti i komparativnih prednosti (DRC), a usporedno i za izračunavanje podataka zaštite (NPC i EPC). Ovaj pristup parcijalne ravnoteže je izrazito aplikativno usmjeren, u njega ugrađeni računski postupci se temelje na logičnim odnosima i pojedinim pojednostavljenjima, jer bi teoretski savršeniji pristupi zahtijevali u postojećim uvjetima nedostižnu bazu podataka.

Proučavani proizvodi - prerađevine od drveta i namještaj, pokazuju apsolutne komparativne prednosti. BiH ima veliku šansu postojeću proizvodnju drvno - prerađivačkog sektora podići na još veći nivo. To znači mogućnost obnove, odnosno sadnje novih zasada drvne mase, isključivo autohtonih preporučenih sorti koje su već duže vrijeme prisutne na EU tržištu. Zadržavanje postojećeg izvoznog trenda i eventualno njegovo povećanje je vrlo važno u budućim pregovorima oko pristupa BiH u WTO i EU.

Poticanje treba početi već sada - kasnije to zbog zajedničke politike (CAP) neće više biti

moguće), jer bi to potaknulo preusmjeravanje upotrebe proizvodnih faktora u sektore, koji su po svim ekonomskim kriterijima osuđeni na stagnaciju. Vrlo je važno za budući pristup EU imati dobro organizirane proizvođače proizvoda od drveta, koje je namijenjeno preradi u namještaj viših kvalitetnih kategorija.

Ključne riječi: ekonomski razvoj, drvna industrija, namještaj, šume, šumsko bogatstvo, proizvodnja.

SUMMARY

The purpose of this paper is to assess the impact of the wood industry on the economic development of BiH, with special emphasis on furniture, as a final product. For this purpose, the competitiveness coefficients derived from the policy analysis matrices (abbreviated PAM) were used. It is an economic model of partial equilibrium, intended to calculate the market effects of different policy scenarios. The PAM matrix, which is also based on partial equilibrium theory and is most often intended to analyze the effects of policy measures on the economics of production, was used to project competitiveness and comparative advantage (DRC), and to calculate protection data (NPCs and EPCs).

This partial equilibrium approach is extremely application-oriented, the computational procedures built into it are based on logical relations and individual simplifications, because theoretically more perfect approaches would require an unattainable database in the existing

conditions.

The studied products - wood products and furniture, show absolute comparative advantages. BiH has a great chance to raise the existing production of the wood processing sector to an even higher level. This means the possibility of renewal, ie planting of new plantations of wood mass, exclusively autochthonous recommended varieties that have been present on the EU market for a long time. Maintaining the existing export trend and possibly increasing it is very important in future negotiations on BiH's accession to the WTO and the EU.

Incentives should start now - later this will no longer be possible due to the common policy (CAP), as this would encourage a shift in the use of factors of production to sectors that are doomed to stagnation by all economic criteria. It is very important for the future accession of the EU to have well-organized producers of wood products, which are intended for processing into furniture of higher quality categories.

Keywords: economic development, wood industry, furniture, forests, forest wealth, production.

UVOD

Rad nije klasična crno-bijela postavke teze da li nešto jeste ili nije, nego je zapravo dvojba o pitanju uticaja drvne industrije na ekonomski razvoj BiH. Za to smo po prvi put postavili matricu analize politika i istražili konkurentnost jednoga primarnog proizvoda- drvne građe i jednoga prerađenog proizvoda- namještaj. Preko opće prihvaćenih podataka međunarodne konkurentnosti - trošak upotrebe domaćih resursa- Domestic Resource Costs (DRC), omjera društvenoga troška i koristi - Social Costs Benefit Ratio (SCBR) i pokazatelja privatne profitabilnosti Private Cost Ratio (PCR), istražili smo međunarodnu konkurentnost BiH proizvodnje drveta i namještaja. Također smo iz matrice analiza politika dobili koeficijente nominalne i

efektivne stope zaštite za oba proizvoda. Na kraju smo još upotrijebili indikatore trgovinske konkurentnosti i putem izračuna dohodovne elastičnosti potrošnje drvne mase u BiH dali smo projekciju kretanja u idućih nekoliko godina. Dobiveni rezultati nam ukazuju da BiH ima u međunarodnim uvjetima konkurentnu proizvodnju drvne građe ni namještaja vrhunskih kategorija za koje držimo da će u budućnosti biti predmet međunarodne trgovine, čime će direktno uticati na ubrzaniji ekonomski razvoj zemlje. Putem indikatora trgovinske konkurentnosti smo također dobili pozitivne rezultate, iako dosta slabe, jer za izracunavanje putem ovih indikatora je od velike važnosti ekonomija obima, dok je BiH sektor drvne industrije relativno mali. Izračuni i projekcije dohodovne elastičnosti potrošnje drvne mase nam pokazuju da će se dohodovna elastičnost u idućih nekoliko godina kretati između 1 i 2, pod uvjetom dosadašnjega rasta neto plata i bruto domaćeg proizvoda u BiH. Dobiveni rezultati imaju značaj za kreatore ekonomske politike u sektoru drvne industrije, a naši rezultati ukazuju na to da BiH treba poticati proizvodnju finalnih proizvoda iz drveta, obzirom da autohtona drvna masa ima svoje mjesto na svjetskom tržištu barem u tržišnim nišama koje nisu previše interesantne velikim industrijkim korporacijama, a koje mogu biti sasvim dovoljne za ekonomski učinkovitu i međunarodno konkurentnu proizvodnju namještaja u BiH.

DRVNA INDUSTRIJA BIH

Bosna i Hercegovina ima veoma dugu tradiciju u prerađivanju drveta. Kao nekadašnja republika ex Jugoslavije imala je najveći učinak u izvozu ove djelatnosti u odnosu na bivše republike. U periodu do rata postojalo je oko 180 aktivnih pogona u ovom sektoru. Ova grana privrede je obuhvatala sve pogone počev od primarne prerade (pilane), pa do najvećeg stepena finalne obrade drveta (proizvodnja masivnog namještaja i sl.). Od ukupne industrijske proizvodnje ostvarivala je oko 10% učešća u izvozu, ili pretvoreno u

novčane pokazatelje vrijednost od 330 mio. Eura godišnje (prema drugim izvorima 220 mio.). Drvoprerađivačka industrija bila je organizovana preko dva državna društva: ŠIPAD i KRIVAJA. Na vrhuncu aktivnosti pomenutih preduzeća, krajem 80-tih, ista su imala učešće u izvozu oko 95% proizvoda od drveta. ŠIPAD je radio sa 45 tvornica i 83.000 zaposlenih. Ostvarivao je udio u izvozu od preko 220 mio. eura. KRIVAJA je imala 16.000 zaposlenih i ostvarivala obrt od 165 mio.eura. Učešće u izvozu joj

je bilo od 83 mio.eura. Oba preduzeća su imala inostrane firme ćerke, preko kojih su ostvarivale značajno tržišno učešće na ino tržištima. Najvažniji kupci bili su Balkan (25-30%), Italija, Austrija, Njemačka, Francuska i Rusija.

Naredna tabela (bazirana na ŠIPAD – ovim podacima i procjenama) pokazuje približnu strukturu drvne industrije u Bosni i Hercegovini prije rata. Posebno su nesigurni brojevi kada je u pitanju srpski dio zemlje.

Tabela 1. Procjena broja pogona drvne industrije u Bosni i Hercegovini prije rata

Produkt	Broj tvornica		
	RS	Federacija	Ukupno
Piljeno drvo	18	39	57
Furnir, šperploča	8	6	14
Celuloza I papir	2	1	3
Drvo za građu	17	6	23
Namještaj	15	35	50
Ostalo (stolarija, unutrašnja građa)	8	22	30
Ukupno	68	109	177

Izvor: Privredna/Gospodarska komora Federacije BiH, kordinator za drvnu industriju

Društveni proizvod drvne industrije u 1990. godini iznosio je 428.369 hiljada USD, u okviru čega je društveni proizvod rezane građe i ploča bio 104.140 hiljada USD, a finalnih proizvoda od drveta 324.229 hiljada USD.

Drvena industrija je u 1990.godini ostvarila narodni dohodak u iznosu od 366.108 hiljada USD ili 5% narodnog dohotka privrede SR Bosne i Hercegovine, od čega je narodni dohodak u proizvodnji rezane građe i ploča bio 85.475 hiljada USD, a u finalnoj

preradi drveta 280.633 hiljada USD.¹ Drvena industrija je učestvovala u izvozu sa 11%, a u broju zaposlenih sa 6%.

Međutim, tokom ratnih godina, a pogotovu od 1996. godine, pa i sada, sječa šumskog bogatstva se vršila ne racionalno, tako da je šumski fonda, sada daleko siromašniji nego u period prije 1992. godine. Za ilustraciju navedenog, dat ćemo podatke o izvršenoj sječi šuma u period vršenih istraživanja.

¹ Selma Basagic, Značaj drvne industrije BiH, Sarajevo, juli 1996.godine

Tabela 2. Ostvarene sječe u periodu 2010-2015. godina

Vrsta drveta	G o d i n a					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Četinari	1,038,731	1,112,226	1,099,790	1,260,973	1,301,692	1,271,847
Lišćari	1,079,720	1,179,626	1,129,498	941,660	1,162,795	1,158,848
UKUPNO	2,118,451	2,291,852	2,229,288	2,202,633	2,464,487	2,430,695

Izvor: Zavod za statistiku Federacije BiH

Ako, u tom kontekstu posmatramo podatke o zemljištu pod šumama, prema istraživanjima vršenim u Federaciji Bosne i

Hercegovine tokom 2011 godine, učit ćemo sljedeće. Prema podacima, dobijenim, tokom tih istraživanja, šumski fond, na teritorij

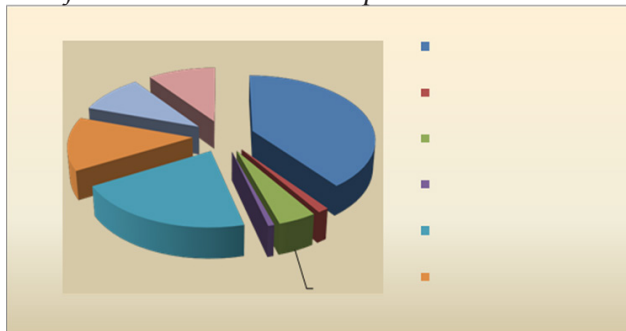
Federacije BiH prostirao se na površini od oko 1,519.977 ha, od čega su u državnom vlasništvu oko 1,244.000 ha ili 81,8%, a u privatnom vlasništvu 277.000 ha ili 18,20%. Kod ovog podatka treba napomenuti da posljednja inventura šuma koja je urađena 2011. godine pokazuje značajan porast udjela privatnih šuma, ali ćemo do objave rezultata inventure šuma, kao osnovu za analize šumarskog sektora, koristiti podatke iz Izvještaja o upravljanju šumama koje je uradila Federalna uprava za šumarstvo u 2012.godini².

Tabela 3. Struktura šuma i šumskog zemljišta u FBiH

Vegetacijski oblik	u ha	%
Visoke šume sa prirodnom obnovom	493991,7	39,7%
Visoke degradirane šume	15924,8	1,3%
Šumske kulture sa procenjenom drvnom masom	54223,8	4,4%
Šumske kulture bez procenjene drvene mase	8763,6	0,7%
Ukupno visoke šume	567.316,4	45,5
Izdanačke šume	257.094,8	20,6%
Ukupno šumsko zemljište	815.922,2	65,4%
Goleti pogodne za pošumljavanje	166.192,5	13,4%
Goleti nepogodne za pošumljavanje	122.246,9	9,8%
Ukupno šumsko zem. za upravljanje	1.113.998,6	89,4%
Minirane površine	125,190,1	10,1 %
Sveukupno	1.246.701,9	100,0%

2 Strategija razvoja drve industrije u FBiH za period 2016-2025 godine, Federalno ministarstvo energije, rudarstva i industrije, Federacije Bosne i Hercegovine, juni 2018. godine

Grafikon 1. Struktura šuma i šumskog zemljišta u FBiH izražena u procentima



Izvor: Strategija razvoja drve industrije u FBiH za period 2016-2025 godine, Federalno ministarstvo energije, rudarstva i industrije, Federacije Bosne i Hercegovine

UTICAJ DRVNE INDUSTRIJE NA INTEGRACIJSKE PROCESSE

Neizbježni procesi integracija i prisutna globalizacija tržišta proizvoda drvene industrije, ne može nikako mimoći tržište ovih proizvoda u BiH. Osnovni cilj svake definirane ekonomske, a samim tim i drvopredavačke politike je maksimiziranje profita proizvođača uz istovremenu dobrobit društva kao cjeline. Najbolji u teoretskom smislu - pokretač navedenih ciljeva je tržište i tržišne cijene, koje u praksi često imaju niz ograničenja koje nameće država svojom politikom u nedovoljnoj brizi na zaštiti šumskog bogatstva.

U nekim slučajevima - a redovno u sektoru drvene industrije, država se u velikoj mjeri upliće u djelovanje tržišta. Rezultat je prije svega u razvijenim državama - precjenjivanje vrijednosti šumskog bogatstva. Nasuprot tome pojedine države podcjenjuju vrijednost proizvodnje iz drvene mase, metoda koja se primjenjuje i u Bosni i Hercegovini. Ova dva slučaja su gotovo pravilo u praksi. Osim pojedinih iznimki u određenom vremenskom prirodu, kao npr; Novi Zeland u posljednje vrijeme nema puno slučajeva da se država nije miježala u ekonomsku politiku odnosno da je imala neutralan stav.

Razvijene države (naročito zemlje EU i Japan) u pravilu putem subvencija i izvoznih naknada precjenjuju vrijednosti proizvoda

iz sektora drvne industrije. Takva politika vuče sa sobom velike proračunske izdatke koji se u 20012. godini kreću na nivou EU- cca 55 milijarde €. Ovakva finansijska moć svakako doprinosi «preljevaju» ove politike izvan granica EU -28, kad izvoznici subvencioniraju svoj izvoz, kako bi održali stara i osvojili nova tržišta. Također, uvode mjere uvoznih ograničenja i na taj način sprovode protekcionističku tržišno-cjenovnu politiku. Ako takvu politiku provodi više zemalja, to se odražava u niskim cijenama na svjetskom tržištu i povećanoj trgovinskoj napetosti među državama, što povremeno preraste čak i u trgovinske sporove. (OECD, 1987.). To je potaklo da su započeli pregovori oko međunarodne trgovine sa manje ograničenja u okviru GAT-a, koji je bio zaključen u 1994. godini te se nastavio u okviru Svjetske trgovinske organizacije (WTO), koje članice su i danas brojne zemlje u svijetu uključujući i neke zemlje nastale na teritoriju nekadašnje Jugoslavije (na primjer Slovenija i Hrvatska)³.

Jedan od ciljeva WTO jeste izbjegavanje navedenog protekcionističkog scenarija provedbom takve politike koja bi potakla proizvođače (primarna proizvodnja i prerada proizvoda iz drveta), da proizvode iskorištavajući maksimalno komparativne prednosti (države, regije...). Na taj način pozitivno djelovanje takve politike bi vrlo brzo osjetilo cijelo društvo.

Rezultati istraživanja imaju za cilj, dokazati, da su proizvodnja i trgovina, koja se uspostavi na osnovu tržišnih cijena i komparativnih prednosti (umjesto administrativno - institucionalno određenih) održava u smanjenju viškova ključnih drvo-prerađivačkih proizvoda, većem obimu trgovine i većem ukupnom privrednom rastu.

Znači odluke o drveno-prerađivačkoj politici i upotrebi proizvodnih potencijala bi se bar djelomično temeljile na iskustveno utvrđenim podacima komparativnih

prednosti, koji se također mijenjaju zbog promjena ekonomskog okruženja.

BiH sa svoja dva entiteta, koji su mjerodavni za kreiranje politike iskorištavanja šumskog bogatstva, i određenim komparativnim prednostima u proizvodnji i drvnoj industriji mora se vrlo brzo pozabaviti pitanjima konkurencije, komparativnih prednosti i konkurentnosti. Empirijskim putem je nebrojeno puta utvrđeno i kazano da BiH, ima komparativne prednosti u proizvodnji predmeta iz drveta.

Pitanje je da li će mali sektor drvne industrije u BiH moći opstati u nadolazećem globalnom valu i poslu koji obrće na svjetskom nivou nekoliko stotina milijardi \$. Pogotovu, kada se još uzme u obzir da je 01. februara 2017 godine stupio na snagu Sporazum o pridruživanju s EU, po kojem su ukinute sve carine na proizvode iz zemalja EU. Otvara se nužno drugo pitanje koje su tržišne niše gdje će glasovati namještaj, iz Bosne i Hercegovine, naći svoje mjesto u ovom velikom biznisu.

Pitanje konkurentnosti proizvodnje namještaja i drugih proizvoda iz drveta u BiH nameće se kao mogući pravac djelovanja na putu konkurentnosti ovoga sektora. Na osnovu dostupnih podataka, pokušat ćemo ispitati konkurentnost sektora drvne industrije Bosne i Hercegovine na međunarodnim tržištima, posebno na tržištu zemalja Evropske Unije.

Za potrebe pisanja ovog rada, osigurali smo 5 mjerila međunarodne konkurentnosti i zaštite:

- Trošak upotrebe domaćih resursa- Domestic Resource Costs (DRC)
- Omjer privatnog troška - Private Costs Ratio (PCR)
- Omjer neto društvenog troška i koristi- Social Cost Benefit Ratio (SCBR)
- Koeficijent nominalne zaštite- Nominal Protection Coefficient (NPC)
- Koeficijent efektivne stope zaštite - Effective Protection Ratio (EPR)⁴

3 Momir Nikolić (2010): Prerada drveta na pilanama, Šumarski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd.

4 Wijkman, P.M. (2011). Fostering Deep and Comprehensive Free Trade Agreements for the Eastern Partners. Tallinn: Estonian Center of Easter Partnership. Preuzeto.

Zaprizvode iz drveta i namještaja, napravljena je također matrica za analiziranje politika (PAM - Policy Analysis Martrix), kako bi mogli uporediti prihode, troškove tržišnih inputa, troškove netržišnih inputa (domaći resursi- zemlja, drvena masa, radna sila i kapital), te profitabilnost (razlika između prihoda i ukupnih troškova) po privatnim (domaćim) i ekonomskim (društvenim) cijenama (Manke i Pearson, 1989.). Privatne cijene su cijene na tržištu BiH, a ekonomske cijene su objektivno procijenjene ravnotežne cijene tržišnih i netržišnih inputa. PAM procjenjuje aktualne neto koristi i neto koristi izražene oportunitetnim troškovima, a razlika među njima predstavlja transfere (-prijenose) drvo-prerađivačke politike koja je rezultat politika vlade.

Za sektor drvne industrije smo također izradili indikatore trgovinske konkurentnosti, jer se oni inače vrlo često koriste za ispitivanje konkurentnosti na nivou jednog ili skupine proizvoda. Ovi indikatori simuliraju konkurentnost na osnovu analize trgovine određenim proizvodom (namještaj), a ne direktno na analizama gibanja na domaćem tržištu. Prednost je u tome što se potražnja i ponuda simultano razmatraju, dok uporaba PAM matrice ne razmatra te međuovisnosti, ove dvije postavljene mjere nisu slične, pa treba izbjegavati prenaplaćavanje ikakvog nesklada među njima.

Indikatori trgovinske konkurentnosti:⁵

- Indeks relativne izvozne prednosti (RXA) - Relative comparative export advantage
- Indeks relativne uvozne penetracije (RMP)- Relative import penetration index
- Indeks relativne trgovinske prednosti (RTA)- Relative trade advantage index

Konkurentnost je relativna mjera, zato indikatori temeljeni na apsolutnoj proizvodnji i tržišnom udjelu daju vrlo malo informacija o konkurentskoj poziciji

5 Vujović, D. (2005). Konkurentnost nacionalne privrede: neka empirijska i teorijska pitanja mjerenja institucionalne konkurentnosti. Finansije, broj 1-6, (7-36)

proizvoda, sektora ili podsektora. Mjerenjem međunarodne konkurentnosti bave se mnogi autori (vidi Balassa 1989., Scotti Vollrath 1992., Vollrath 1991.).⁶

Uticaj materijalnih uslova i društvenih odnosa na razvoj organizacije šumarsva i prerade drveta

Uticaj naučno-tehničkog progressa i društvenih odnosa na razvoj organizacije proizvodnje i menadžmenta u šumarstvu i preradi drveta, za vrijeme austrougarske vladavine osvario se kroz usavršavanje sredstava za rad, korišćenje šuma i akumulaciju kapitala, promjene u svojinskim odnosima, teritorijalnoj i upravnoj podjeli.

Vlasnici iznalaze mogućnosti bržeg oplođivanja kapitala kroz primjenu mehanizovanih sredstava u primicanju, izvlačenju i prodaji drvnih proizvoda od panja do pilane, a odavde do krajnjeg potrošača odnosno korisnika. Upotrebom savremenih sredstava za rad dolazi do upotrebe kvalifikovane radne snage, tehničke podjele rada, razvijanja organizacije rada, poslovanja, upravljanja, kontrole i rukovođenja. Uvodi se novi oblik transporta šumskih sortimenata kao tehnološko-organizaciona cjelina u kojoj se transport obavlja uz upotrebu savremenih transportnih sredstava i radne snage odgovarajućeg profila. Posao se obavlja uz manje truda. Ovaj tehnološki proces rada ne trpi zastoje unutar i po pojedinim fazama rada. U organizacionoj jedinici transporta planira se korišćenje radne snage i sredstava prema obimu sječe i izrade sa jedne i potreba pilane za sirovinom od drveta sa druge strane.

Angažuju se rukovodioci u procesu rada u šumarstvu i preradi drveta, a time se stvara složenija organizacija upravljanja (menadžmenta) kapitalističkog preduzeća. Primjena rukovodioca na poslovima primjetna je u onim drvnoindustrijskim preduzećima u kojima je zastupljena

6 Citirano prema Lagumdžija, Z., Šain, Ž., Selimović, J., Kurtić, E., Mutap, Dž. i Kršo, M. (2009). Kompetitivnost Bosne i Hercegovine i regiona jugoistočne evrope 2009-2010. Sarajevo: MIT Centar, Ekonomski fakultet u Sarajevu.

savremena tehnika i tehnologija. Primjenom nove tehnologije dolazi do ubrzanog iskorišćavanja bosanskohercegovačkih šuma. Utvrđuju se novi načini i metodi rada. Veća koncentracija kapitala u proizvodnji i prodaji proizvoda od drveta razvija proizvodne snage šumarsva i prerade drveta stvarajući time mogućnost za njihovo dalje usavršavanje. Jednostavniji rad se pretvara u složeniji, a preduzeća šumarsva i prerade drveta u razvijenije organizaciono-menadžerske modele. Većina kapaciteta nastalih tokom austrougarskog perioda, orijentisalo se na spoljna tržišta. Njihova funkcija bila je da izvoze ugalj, rude i drvenu građu provincije, bilo kao sirovine ili kao poluproizvode⁷. Prema Hrelji, industrije orijentisane na izvoz zapošljavale su 85,79% industrijske radne snage.

Moglo bi se dokazati, da je drvna industrija bila vodeći sektor privređivanja tog perioda u Bosni i Hercegovini, jer su za eksploataciju šumskog bogatstva trasirani i izgrađeni šumski putevi, kao i željeznička pruga uzanaog kolosjeka, čija je prevashodna namjena bila, transport drveta i prerađevina od drveta. Dok su rudarstvo i proizvodnja metala, najvećim dijelom bili ograničeni na državna preduzeća, Zemaljska vlada je vodila izdašnu politikudugoročnih koncesija prema privatnim drvnim i drvoprerađivačkim preduzećima. Iz razloga, jer su joj hitno bile potrebne naknade za drvenu građu koje su plaćali.

Bosanskohercegovačke hrastove šume, eksploatisale su se tokom otomanskog perioda za duge (prečage za kace i burad), na bačvama koje su se najviše prodavale francuskim vinarima.

Prestanak rasta izvoza drvene građe 1904 – 1906. godine, nadalje je ono šro je u najvećoj mjeri usporilo industrijski ras u Bosni i Hercegovini. Opadanje izvoza hrastove građe, za bačve i stagnacija izvoza tesane građe, mogu se pripisati političkim miješanjima. Posebno onim, koji su dolazili

iz Hrvatske – Slavonije, koja su doprinijela da Burijan 1904. godine, ne obnovi postojeće ugovore u Bosni.⁸

PREPORUKA ZA PROIZVODNJU

Razvojna strategija drvne industrije u privredi trebala bi biti trajno povećanje izvoza proizvoda od drveta, posebno sa većim stepenom obrade, u cilju smanjenja spoljnotrgovinskog deficita. Ključ uspjeha industrije namještaja je bio i ostao u izvozu. Da bi se uspjele moramo poznavati ino tržište, unapređivati proces proizvodnje kako bi se odgovorilo zahtjevima ino tražnje kroz dobar dizajn, površinsku obradu, fleksibilnu proizvodnju, međusobnu saradnju u cilju jačanja konkurentnosti kao i formiranje adekvatnog marketing miksa. Marketing miks nije moguć ako se sa današnjeg načina poslovanja (postoji proizvod, traži se kupac i prodaje po niskoj cijeni) ne pređe na intenzivnu proizvodnju baziranu na težnji da se maksimalno zadovolje želje (kupaca) inopotrošača. Kao što je poznato na potražnju namještaja utiče visina bruto domaćeg proizvoda, stambena izgradnja, demografski rast, kreditiranje prodaje namještaja pod povoljnim uslovima i dr. To su uglavnom opšti faktori, a posebno bitni su unutrašnji: dizajn, površinska obrada i kvalitet izrade proizvoda čime bi se postigla znatno veća cijena proizvoda i povećao obim prodaje. Iz navedenih podataka o spoljnotrgovinskoj razmjeni drvne industrije može se izvući zaključak da su postignuti pozitivni rezultati, a to je da finalna prerada zadnjih pet šest godina bilježi rast izvoza. Pored ovog pozitivnog pokazatelja moramo i dalje posebnu pažnju posvećivati izvozu finalnih proizvoda a posebno izvozu stolica, stolova, dječijeg namještaja od masiva, komadnog namještaja, drvne galanterije kao i opremanju objekata u saradnji sa građevinskom operativom koja izvodi

7 Kemal Hrelja (1974): Razvoj industrije u Bosni i Hercegovini do drugog svjetskog rata, AHOI, I Zagreb

8 Begović Branislav (1972): Sedam decenija razvojnog puta industrije šibica u Bosni i Hercegovini u svjetlu arhivske građe, Narodni šumar, XXVI, Sarajevo

radove u inostranstvu.

Povratak na inostrana tržišta pri zadovoljavajućim iznosima je moguće samo inovacionim stvaranjem i modernim dizajnom. Kvalitet i kontrola kvaliteta gotovih proizvoda imaju ogroman značaj za izvoz proizvoda na ino tržište. Svaki ozbiljan proizvod koji se izvozi mora i morat će imati atest o kvalitetu. Zato su potrebne mjere, kojima bi se postojeći potencijali bolje iskoristili, a projekti za razvoj finansijski podržali. Pored državne pomoći (koordiniranja i spremnosti sredstava), treba olakšati pristup sredstvima EU i partnera sa zapada, tako da se partnerima omoguće mnogobrojne povlastice pri dolasku u BiH. Moramo obezbijediti da se u drvenoj industriji ostvari maksimalna saradnja i kooperacija što bi doprinijelo ozbiljnijem povećanju konkurentnosti, smanjenim investicionim ulaganjima, povećanim korištenjem kapaciteta, povećanjem produktivnosti i boljim kvalitetom kroz specijalizaciju proizvodnje, smanjenje troškova a preko formiranja pojedinih klastera obezbijedila bi se međusobna podrška na ino tržištu a ne konkurencija.

Da bi se razvila konkurentnost mora se u preduzećima povećati produktivnost, sa posebnim naglaskom na unapređenje kvaliteta i jedinstvenih sposobnosti, umjesto konkurencije na bazi niskih cijena (nema konkurencije cijenama bliskoistočnih zemalja). Da bismo postali konkurentni moramo se brzo u tehnološkom smislu izjednačiti sa konkurencijom. Brži razvoj koče nedovoljno razvijena preduzetnička klima, kao i nedovršena transformacija države u servis preduzetnika i građana. Zajednički napredak zahtjeva: makroekonomsku stabilnost, otvorenost, efikasno finansijsko tržište, dugoročnu održivost rasta, obrazovanje, inovacije, fleksibilnost, infrastrukturu i informacionu povezanost.

Za obnavljanje i modernizovanje proizvodnje ne bi trebalo bježati od uticaja i ulaganja stranih partnera u ovaj sektor privrede. Na osnovu dobrih iskustava drugih privrednih

grana, takva ulaganja bi trebalo podsticati. Time bi se ubrzalo obnavljanje proizvodnje, osigurao tehnološki prosperitet proizvodnih pogona, kao i izvršilo povezivanje sa izgubljenim ino tržištem. Postojeće mogućnosti radnih mjesta, kao i proširivanje njihovog broja u sektoru ,treba efikasno iskoristiti putem uključivanja inostranog Know-how i kapitala. Sa tim u vezi, bosanska vlada treba osigurati pravne i privredni okvirne uslove, kao i stvaranje privredni prijatne klime. Ako govorimo o tehničkoj opremljenosti u drvenoj industriji možemo reći da nije na zadovoljavajućem nivou. Ako posmatramo pilane možemo reći da su im kapaciteti višestruko veći od raspoloživih sirovina, ali su isti usitnjeni sa zastarjelom opremom, a za preradu tanke oblovine i tehničke cjepanice, tehnologije kod nas i ne postoje. Kod proizvodnje namještaja od masiva imamo opremljenost kao ograničavajući faktor razvoja koji je posebno izražen u opremi za površinsku obradu drveta. Jedino možemo biti donekle zadovoljni sa tehnološkom opremljenošću i tehnologijom u proizvodnji pločastog namještaja. Kod razvoja novih i modernizacije postojećih fabrika trebalo bi se orijentisati na najnoviju tehnologiju i savremene mašine koje obezbjeđuju fleksibilnu, kvalitetnu i produktivnu proizvodnju. Razvijeni svijet je u velikoj mjeri prešao na upotrebu kompjuterski upravljanih mašina CNC (Computer Numerical Control) koje brzo mijenjaju alate i ne trebaju šablone. Uz to ove su mašine znatno produktivnije i neuporedivo preciznije (bolji kvalitet). Na drugoj strani rukovaoci ovih mašina moraju imati odgovarajuće stručno obrazovanje i obuku koja je u BiH za sada upitna (trenutno tu vrstu obuke obavljaju specijalizovani servisi iz inostranstva). Posebnu pažnju treba posvetiti stručnosti i znanju kao i praktičnoj primjeni znanja i vještina koji se steknu prilikom školovanja. Informaciono komunikacijska tehnologija je najvažnija infrastruktura 21. vijeka I zajedno sa obrazovanjem postaje najveći faktor rasta i prosperiteta. Obrazovanje ima jak uticaj na privredni rast, a u drvenoj industriji BiH radi

manje od 2% visokoobrazovanih ljudi i time znatno zaostaje za razvijenim zemljama.

Pored CNC mašina, na povećanje fleksibilnosti utice primjena JIT (Just in Time) sistema i modularnih konstrukcija proizvoda. Primjenom modularnosti i standardizacije, kada se isti dijelovi ugrađuju u više srodnih proizvoda, moguće je postići određeni stepen fleksibilnosti i u serijskoj proizvodnji, jer se ti dijelovi rade u većim serijama i ugrađuju u različite proizvode. To je moguće ostvariti kod proizvodnje stolica, kao i kod korpusnog i tapaciranog namještaja.

Tokom istraživanja od strane više drvoprerađivača u BiH istaknuta je potreba orijentacije na izgradnju manjih i srednjih pogona sa 20-50 zaposlenih, kao što je to slučaj sa velikim brojem tvornica u Italiji, Francuskoj i Njemačkoj. Takođe, u stalnom porastu je pojava da vodeće firme drvne industrije u BiH sve češće angažuju male i specijalizovane tvornice sa 10-20 radnika u svojoj neposrednoj blizini kao kooperante za one proizvodne programe na primjeru kojih ne postoji ekonomska opravdanost da ih posjeduju u okviru vlastitih kapaciteta. Navedena tvrdnja predstavlja zaostavštinu iz prethodnog perioda kada su velike firme posjedovale kapacitete za sve i svašta, što ih je spriječavalo da se u potpunosti specijaliziraju za one djelatnosti koje su u njihovom slučaju najprofitabilnije. Mogućnost organizovanja više manjih proizvođača da kroz međusobnu kooperaciju ponude jedan komplikovaniji proizvod od drveta na čijoj bi izradi bili angažovani svi pojedinačno izrađujući pojedinačne pozicije iz finalnog sklopa, predstavlja značajanu mogućnost u nastojanju da se poboljša konkurentnost.

Drvoprerađivački industrijski sektor u BiH ima potrebu za velikim količinama niza materijala, opreme, dijelova i drugih sredstava, što treba iskoristiti za razvoj drugih pratećih grana kao što je proizvodnja repromaterijala za drvoprerađu. Dovoljno je pogledati da se svi od materijala kao što su: iverice, boje, lakovi, okovi, brusni papiri, ljepila, ogledala, štofovi, koža, plastika u

najvećoj mjeri su inostranog porijekla i uvoze se izvan BiH. Iverica je osnovni materijal za proizvodnju pločastog namještaja, koja je uspješno zamijenila znatno skuplju panel-plocu. Do 1992. godine u BiH su postojale četiri tvornice iverice (Sanski Most, Sokolac, Bosanska Krupa i Glamoč), pošto sada ni jedna od njih ne radi, iverica se uvozi iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske i iz drugih država iz bližeg okruženja. BiH ima velike komparativne prednosti za proizvodnju ploča od usitnjenog drveta i zbog toga država treba tu proizvodnju preferirati i pomagati.

Upoređenju sa vodećim evropskim državama u preradi drveta i proizvodnji namještaja u BiH je nedovoljno razvijena i upotreba drvenog ostatka. Ovaj ostatak (otpad) se može koristiti u proizvodnji celuloze i ploča, kao i resurs za proizvodnju biološkog goriva kao što su: paleti, briketi i dr. U području proizvodnje furnira potrebno je poboljšati opremljenost kapaciteta sa presama koje bi omogućile da se kapaciteti modernizuju za izradu furnira i šperploča za proizvodnju tapaciranog namještaja i sastavnih dijelova za stolice, za izradu furnira za namještaj od iverice, za različite vrste drvene ambalaže i dr.

ZAKLJUČAK

Jedna od vodećih industrija u Bosni i Hercegovini jeste drveno-prerađivačka industrija koja posjeduje dugogodišnju tradiciju kao i prirodna bogastva koja kreiraju pozitivne uslove za razvoj i napredak. Ipak, prema rezultatima istraživanja, koja su provedene za potrebe ovog rada, drvna industrija BiH u ovom trenutku ostvaruje samo trideset posto prijeratne proizvodnje u ovom sektoru.

Naime, posljednjih godina kod sve većeg broja proizvođača pojavio se trend snižavanja cijena sa ciljem uspješne borbe sa konkurencijom unutar države. Snižavanje cijena bez inoviranja u neki od drugih segmenata proizvodnog procesa neminovno dovodi do snižavanja kvalitete robe. Ovakva politika dovodi do povećavanja direktne

konkurentnosti između kompanija čime se smanjuju nastojanja za međusobnom saradnjom kao i smanjenja vrijednosti 'brenda države' kakvim ga vidi međunarodno tržište. Takozvani 'brend države' u određenoj industriji koji se kreira vremenom diktira cjelokupan razvoj iste.

Nažalost, iskustva privrednika pokazuju da se u kreiranje pozitivnog državnog brenda trenutno ne ulaže dovoljno napora niti se vrši razvoj svijesti o važnosti istog. Ipak, postoje određena nastojanja da se unaprijedi prezentacija BiH kompanija iz oblasti drvne industrije, na međunarodnom tržištu. Jedan od primjera jeste Projekat 'Katalog drvne industrije BiH' kreiran 2014, a finansiran od strane USAID te realizovan kroz tijelo Vanjskotrgovinske komore BiH. U katalogu su kroz profesionalan dizajn opisno i slikovno prikazane osnovne mogućnosti dvadeset kompanija. Prednosti ovog projekta su kvalitetan dizajn i kvalitetna izrada koje tržištu zainteresovanom za poslovnu saradnju sa BiH stavlja snažan promotivni materijal koji daje osnovne informacije i prijedlog kompanija za saradnju. Nedostaci su upravo ograničen broj kompanija koje katalog obuhvata, otežana distribucija kako fizička tako i elektronska te potrebna visoka sredstva za printanje. Ovaj projekat ne koristi internet platformu koja je u današnje vrijeme globalizacije predstavlja jedan od najboljih alata marketinga.

Pregled postojećeg stanja, u drvo-prerađivačkoj industriji u BiH ukazuje da ne postoji adekvatan sistem koji gradi državni brend i prepoznatljivost BiH proizvođača na međunarodnom tržištu. Trud koji se ulaže u tom segmentu proizilazi iz napora pojedinačnih kompanija ili pojedinaca. Sa druge strane, istraživanja su pokazala da je inoviranje neophodno za rast i osiguranje uspješnog razvoja kompanija. Obzirom na karakterističnu situaciju BiH kada je u pitanju drvo-prerađivačka industrija te proizvodnja namještaja bitno je staviti naglasak na unaprjeđenje pojedinačnog upravljanja kompanijama i zajedničkog izlaska na međunarodno tržište.

Drvena industrija u BiH predstavlja vrlo bitan dio privrede, budući da obezbjeđuje sredstva za život značajnom broju stanovnika u ruralnim, ali i urbanim sredinama. Znatno dio radne snage u ruralnim područjima je vezan za šumarstvo, i kao takav igra vrlo bitnu ulogu u životima ljudi iz tih predjela. U poređenju s drugim sektorima, drvena industrija se vrlo sporo oporavlja nakon završetka ratnih djelovanja. Generalno, šumarstvo u BiH odlikuje se malim i podijeljenim dobrima, na planinskim dijelovima zemlje, na kojima su šume i najzastupljenije, se koristi loša tehnička oprema (uglavnom su u upotrebi stare predratne tehnologije), agrarni inputi se slabo koriste, te zbog svega navedenog može da se procijeni da trenutni uticaji sječe šumskih sortimenata na životnu sredinu nisu posebno štetni. Međutim, zbir šumsko-okolinskih podataka u zemlji je trenutno vrlo loš. Ne postoje zvanični podaci o sječi šumskog bogatstva, korišćenim materijalno-tehničkim sredstvima, ekološkoj efikasnosti i korišćenju energije, kao ni drugi podaci o životnoj sredini vezani za šumarstvo, zbog čega je teško da se ocijeni stvarni uticaj zasađivanje novih sadnica na životnu sredinu.

LITERATURA

- [1] Begović Branislav (1972): Sedam decenija razvojnog puta industrije šibica u Bosni i Hercegovini u svjetlu arhivske građe, Narodni šumar, XXVI, Sarajevo
- [2] Boyer, R. (2004). The Future of Economic Growth. Cheltenham: Edward Elgar Publising.
- [3] Bezić, H. & Biljan, N. (2008). Metode izračuna izvozne konkurentnosti. Preuzeto 25.04.2017. godine sa www.airsoft-cro.com/tnrb.
- [4] Čaušević, F. i dr.(2006). Foreign trade policy and trade balance of Bosnia and Herzegovina. Sarajevo: Ekonomski institut Sarajevo.
- [5] Dragičević, M. (2009). Analiza konkurentnosti suvremenih ekonomija, prezentacija autora. Zagreb: Ekonomski

- fakultet u Zagrebu.
- [6] Domazet, A. (2007). Poslovna konkurentnost u BiH: Indeks poslovne konkurentnosti - BCI, prezentacija autora. Sarajevo: MIT Centar, Ekonomski fakultet u Sarajevu.
- [7] Domazet, A. (2006). Strategija promocije izvoza. Sarajevo: Ekonomski institut Sarajevo.
- [8] Džombić, J.I. (2010). Ekonomski odnosi Bosne i Hercegovine sa inostranstvom. Banjaluka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžmet Banja Luka.
- [9] Hadžiahmetović, A. (2011). Ekonomija evropske unije. Sarajevo: Sarajevo University Press.
- [10] Halebić, J. (2011). Uloga i značaj ekonomskih institucija u ekonomskom razvoju Bosne i Hercegovine. Zenica: Ekonomski fakultet Zenica.
- [11] Hansen, J.D. (2001). European Integration - an economic perspective. Oxford: Oxford University Press.
- [12] Kurtović, H. (2008). Globalizacijski procesi u svijetu i njihov utjecaj na ekonomsku politiku Bosne i Hercegovine. U Zbornik radova/Naučno-stručni skup „Identitet i globalizacija“. Zenica: Univerzitet u Zenici.
- [13] Lagumdžija, Z., Šain, Ž., Selimović, J., Kurtić, E., Mutap, Dž. i Kršo, M. (2009). Kompetitivnost Bosne i Hercegovine i regiona jugoistočne evrope 2009-2010. Sarajevo: MIT Centar, Ekonomski fakultet u Sarajevu.
- [14] Lazarevic, M. (2006): Uloga menadžmenta u kreiranju konkurentske prednosti na svetskom trzistu, Institut ekonomskih nauka, Beograd, Rad je dio istraživanja na projektu “Ekonomске analize i prognoze”, broj 149038, koji finansira Ministarstvo nauke i zaštite životne sredine Srbije, Beograd
- [15] Lazibat, T.; Zakarija, M. (2004): Kvaliteta u funkciji povećanja konkurentnosti (2004), Zbornik radova sa 5-te Hrvatske konferencije o kvaliteti, „Kvaliteta i konkurentnost“, Sibenik 17-18. tnaaj 2004, ISSN 1334-7853, Hrvatsko drustvo za kvalitetu HDK,
- [16] Medić, Đ. (2009, 05.06). Konceptije i politike globalizacije: komparativna analiza i osvrt na BiH i Hrvatsku, prezentacija autora. Tuzla: Ekonomski fakultet u Tuzli.
- [17] Momir Nikolić (2010): Prerada drveta na pilanama, Šumarski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd.
- [18] Halid Kurtović i Kadrija Hodžić (2010); Ekonomske osnove države i prava, Pravni fakultet Univerziteta u Zenici
- [19] Rizvanović Edin (2005); Državna pomoć u zemljama Evropske unije, iskustva za Bosnu i Hercegovinu, štamparija Fojnica, Fojnica
- [20] Semiha Repak i dr. (2017): Osnove ekonomske nauke, Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku
- [21] Vujović, D. (2005). Konkurentnost nacionalne privrede: neka empirijska i teorijska pitanja mjerenja institucionalne konkurentnosti. Finansije, broj 1-6, (7-36).
- [22] Wijkman, P.M. (2011). Fostering Deep and Comprehensive Free Trade Agreements for the Eastern Partners. Tallinn: Estonian Center of Easter Partnership. Preuzeto.
- [23] Zrilić, N. (2005). Ekonomski izazovi za Bosnu i Hercegovinu na putu učlanjenja u Evropsku Uniju. Program podrške istraživanjima u ublasti javni politika: Makroekonomski aspekti pridruživanja BiH EU
- [24] Strategija razvoja drve industrije u FBiH za period 2016-2025 godine, Federalno ministarstvo energije, rudarstva i industrije, Federacije Bosne i Hercegovine, juni 2018. godine.

MOTIVI I IMPLIKACIJE GDPR UREDBE

MOTIVES AND IMPLICATIONS OF THE GDPR REGULATION

Džemal Kulašin*

ABSTRAKT

Cilj ovog rada je da se predstavie motivi donošenja sveobuhvatne regulative u oblasti zaštite ličnih podataka, kao i njene implikacije koje su uslijedile nakon formalnog stupanja na snagu. Naime, regulativa imenovana kao GDPR uredba obavezala je kompanije na adekvatnu zaštitu ličnih podataka svojih klijenata, sa krajnjim ciljem njihove zaštite od (komercijalne) zloupotrebe. U radu se predstavljaju i krajnje ozbiljne implikacije Uredbe u smislu izricanja visokih novčanih kazni kompanijama u kojima su odgovarajuća nacionalna tijela pokazala i dokazala kršenja pojedinih GDPR odredbi.

Ključne riječi: GDPR uredba, lični podaci, zaštita, sankcije

ABSTRACT

The aim of this paper is to present the motives for the adoption of comprehensive regulations in the field of personal data protection, as well as its implications that followed the formal entry into force. Namely, the regulation named as the GDPR regulation obliged companies to adequately protect the personal data of their clients, with the ultimate goal of protecting them from (commercial) misuse. The paper also presents the extremely serious implications of the regulation in terms of imposing high fines on companies in which the relevant national authorities have shown and proved violations of certain GDPR provisions.

Keywords: GDPR regulation, personal data, protection, penalties

UVOD

Privatnost i zaštita ličnih podataka nisu nikada u ljudskoj povijesti bili toliko eksponirani kao zadnjih desetak godina, naglim razvojem web-a, a posebno društvenih mreža. Dok, sa jedne strane, možemo govoriti o nepromišljenim ponašanjima korisnika, koji na taj način direktno ugrožavaju svoju privatnost, lične podatke i integritet, još je više zabrinjavajuće ponašanje kompanija koje se u osnovi bave (velikim) podacima, odnosno potencijalnim zloupotrebama različitih, pa i ličnih podataka svojih korisnika. Nije rijedak slučaj da ove kompanije, imaju i neku vrstu ugovora sa drugim kompanijama koje, na taj način, dobijaju profile potencijalnih kupaca, a što je u novoj ekonomiji postalo iznimno važno zbog personalizacije roba i usluga. Pritom, karakteristično je da se dio ličnih podataka, npr. korisničko ime i prezime, čak dobrovoljno „dijeli“ sa aplikacijama i platformama, dok se dio ličnih podataka, npr. korisnička IP adresa i geolokacija, naprosto uzima bez direktnog pristanka i spoznaje o konačnom načinu i cilju podatkovne obrade. Osim toga, većina online aplikacija i platformi praktično i ne dozvoljava punu funkcionalnost bez tzv. registracije, koja podrazumijeva unos određenih dijelova ličnih podataka korisnika.

U ovom kontekstu, svakako treba posebno izdvojiti Google kao svojevrzni sinonim Interneta koji je već terećen za krivično raspolaganje ličnim podacima svojih korisnika zbog obrađivanja ličnih podataka korisnika u svrhu personalizacije oglasa¹. Isto tako, i kompanija Zoom Video Communications² bila je pod ozbiljnom

1 Izdvojeno kao zaseban slučaj drastične sankcije zbog kršenja načela GDPR-a

2 Američka kompanija za komunikacijsku

* - Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku

lupom javnosti zbog krivičnog raspolaganja ličnim podacima korisnika i navodne prodaje podataka određenoj trećoj strani. U stvari, sve (američke) kompanije (Google, Facebook, Netflix, Amazon, Cloudflare, Microsoft, Oracle itd.) po važećem GDPR okviru praktično već u samom startu krše pravila kontrole i procesuiranja ličnih podataka korisnika iz EU, s obzirom da svoja poslovanja imaju registrirana u SAD-u. Pritom, situaciju ne mijenja ni činjenica da se data centri pojedinih kompanija nalaze na prostorima EU, što problematizira CLOUD Act (eng. Clarifying Lawful Overseas Use of Data) kao američki pandan evropskom GDPR-u. Naime, CLOUD Act omogućava vladi SAD-a zatražiti sve informacije koje određena kompanija obrađuje, uključujući i lične podatke korisnika EU, bez obzira nalaze li se serveri i data infrastruktura kompanije unutar ili izvan SAD-a³.

Stoga se s pravom postavlja ozbiljno pitanje – postoji li garancija da korisnički podaci neće biti zloupotrijebljeni, i ko sve uopće može do njih doći? Praktična trgovina i neovlašteno korištenje ličnih podataka utiče čak i na političke procese u svijetu, gdje je markantna afera Cambridge Analytics-a, kada su se lični podaci korisnika Facebooka koristili za uticaj na birače u predizbornoj kampanji američkog predsjedničkog kandidata Donalda Trumpa, ali i u kampanji koja je u Velikoj Britaniji rezultirala Brexitom. Sve ove silne podatkovne eskalacije inicirale su i simboličnim uspostavljanjem tzv. Dana zaštite podataka (eng. Data Protection Day) - 28. januar, kao globalnog napora sa ciljem povećanja svijesti na individualnom nivou te poticanja kompanija u smjeru (nužnosti) poštivanja privatnosti i zaštite ličnih podataka kao dobrobiti njihovog uspješnog poslovanja. Takođe, inicirala je i najsveobuhvatnijom zakonskom regulativom u oblasti zaštite ličnih podataka, poznatom

tehnologiju čija je popularnost naprosto „eksplodirala“ sa počecima pandemije koronavirusa

³ <https://www.index.hr/clanak/ako-u-poslovanju-koristite-digitalne-alate-ogromna-je-sansa-da-vam-prijeti-kazna>, pristup: 19.03.2022.

pod akronimom GDPR.

PROMJENE KOJE DONOSI GDPR-A

Opća uredba o zaštiti podataka, poznata pod akronimom GDPR (eng. GDPR – General Data Protection Regulation) upravo je i motivirana ekspanzijom ličnih podataka u javnom prostoru, sa krajnjim ciljem njihove zaštite od (komercijalne) zloupotrebe. Njen pravni temelj je Ugovor o funkcioniranju Evropske unije i Povelja Evropske unije o temeljnim pravima, koji u svom sadržaju eksplicitno navode da svako ima pravo na zaštitu svojih ličnih podataka. Kao Uredba, direktno nameće jedinstveni režim zakona sigurnosti podataka za sve članice EU uz obavezu usklađivanja nacionalnih zakona zaštiti podataka u svim zemljama članicama EU. Uredba stvara i jasnoću za organizacije uspostavljanjem jednog Zakona u cijeloj EU, pa bi trebala pojednostaviti zakonodavni okvir i olakšati usklađivanje firmama koje posluju u više država članica.

Slika 1. Logo GDPR-a



Izvor: <https://gdpr-info.eu>, pristup: 22.01.2021

Kako je posve neprihvatljivo da raznorazne kompanije nekontrolirano raspolažu nečijim ličnim novcem, nekretninama i slično, tako je i neprihvatljivo da kompanije imaju neometan pristup i slobodnu volju kad je riječ o ličnom imenu, matičnom broju, adresi i ostalim podacima koji obilježavaju određenu osobu⁴. Nažalost, činjenica je da

⁴ <https://gdpr-info.eu>, pristup: 20.01.2021

mnoge kompanije i organizacije često koriste lične podatke svojih klijenata kao besplatan resurs i koriste ih bez pitanja, prikupljaju bez ograničenja i bilo kakvih mjera zaštite. Osnovni razlog takvog ponašanja je konkurentska utrka, jer što više podataka kompanija ima na raspolaganju, utoliko ima i više informacija na osnovu kojih može predvidjeti tržište, donijeti strateške odluke i tako eventualno nadmašiti konkurenciju. Dakle, glavni "inicijator" ili motiv uspostave GDPR-a je digitalizacija i rastuće elektronsko tržište, uz svakodnevnu ogromnu razmjenu ličnih podataka. Uredbom se nastoje spriječiti moguće malverzacije, odnosno netransparentna obrada podataka, prodaja ili prosljeđivanje ličnih podataka trećim stranama bez znanja ispitanika.

Tako, prema GDPR uredbi (koja je i formalno stupila na snagu u maju 2018. godine), kompanije moraju adekvatno štititi podatke o svojim klijentima, što se posebno odnosi na kompanije koje prikupljaju velike količine podataka (tehnološke kompanije, maloprodajne firme, pružatelji zdravstvenih usluga, banke, osiguravajuća društva i sl.), zatim morati umanjiti količine podataka koje koriste te tačno odrediti koji im podaci doista i trebaju. U tom smislu, GDPR propisuje sljedeća načela koja se tiču prikupljanja i obrade ličnih podataka:⁵

- zakonitost, poštenost i transparentnost obrade,
- ograničavanje svrhe,
- smanjenje količine podataka,
- tačnost,
- ograničenje pohrane,
- cjelovitost i povjerljivost te
- pouzdanost.

Generalno, cilj GDPR-a je pružanje zajedničkih standarda za zaštitu podataka koji može biti primjenjiv na svjetskom nivou, rješavanje spornih pojmova, poput definiranje ličnih podataka, kreiranje novih prava kao što je pravo na zaborav, prenosivost ličnih podataka i provođenje

5 http://azlp.ba/GDPR_Menu/Sta_je_GDPR, pristup: 21.01.2021

sankcija, pravnih i novčanih, za kršenje ovih prava. Ovdje je posebno zanimljivo tumačiti (prošireni) pojam lični podatak, jer se pod ličnim podacima mahom smatra(o) prilično uzak obim atributa. Naime, prema definiciji iz GDPR Uredbe, lični podaci su "...svi podaci koji se odnose na pojedinca čiji je identitet utvrđen ili se može utvrditi; pojedinac čiji se identitet može utvrditi jeste lice koje se može identifikovati direktno ili indirektno, naročito uz pomoć identifikatora kao što su ime, identifikacioni broj, podaci o lokaciji, mrežni identifikator ili uz pomoć jednog ili više faktora svojstvenih za fizički, fiziološki, genetski, mentalni, ekonomski, kulturni ili socijalni identitet tog pojedinca"⁶. Dakle, iznenađujuće je širok pojam što su sve lični podaci: ime i prezime, identifikacioni broj, adresa, slika, broj telefona ali i IP adresa, historija bolesti, popis najdraže literature i sl., tj. svi podaci koji mogu dovesti do direktnog ili indirektnog identifikiranja pojedinca.

Doista, GDPR uredba donijela je cijeli niz novina u podatkovnom prosturu. To se posebno odnosi u pristupu obrade (ličnih) podataka, gdje je fokus na tzv. pseudonimizaciji koja podrazumijeva takvu obradu da se (obrađeni) lični podaci više ne mogu pripisati određenom ispitaniku bez upotrebe dodatnih informacija. Uz pseudonimizaciju, tu je svakako i enkripcija, koja podatke čini šifriranim (nečitljivim) za sva neovlaštena lica bez pristupa odgovarajućeg ključa za dekripciju. Uz to, GDPR propisuje da se dodatni podaci, među njima i ključ za dekripciju, drže udaljeno od pseudonimiziranih podataka. Takođe, jedan od pristupa je i tzv. tokenizacija, kao savremeni nematematički pristup obradi. Tokeni nemaju važnost niti vrijednost kao podaci, ali se njima ne mijenja vrsta ili dužina podataka, zbog čega ih mogu obrađivati sistemi baze podataka koje su temeljene na podatkovnoj konzistentnosti.

Navešt ćemo i nekoliko dodatnih primjera gdje je GDPR Uredba donijela značajne promjene. U prvom redu, radi se o tzv. kolačićima (eng. cookie), obrascima (eng.

6 Ibid

forms) i biltenima (eng. newsletter), kao neizostavnim dijelovima savremenih web stranica.

- Kolačić (eng. cookie) je informacija spremljena na računar korisnika od strane web stranice koju posjeti. Kolačići obično spremaju postavke za web stranicu, kao što su preferirani jezik ili adresa. Kasnije, kada korisnik otvori istu web stranicu kolačići omogućavaju stranici da prikaže informacije prilagođene klijentovim potrebama. GDPR donosi bitnu promjenu kod kolačića, tako da više nije dozvoljen natpis "Ova stranica koristi kolačiće" odnosno za svaki kolačić koji se želi spremati u internetski preglednik posjetitelja mora se dobiti korisnička dozvola. Pritom, obaveza se ne odnosi samo na kolačiće koji su neophodni za rad web stranice, već i za sve ostale vrste kolačića.

- Obrasci (eng. forms) služe za prikupljanje različitih podataka od strane korisnika na web stranicama. Prema GDPR-u, svaki podatak koji korisnik na taj način ostavi, može se koristiti samo u svrhu za koju je korisnik dao pristanak, odnosno dozvolu. Naprimjer, e-mail adresa koja je na ovaj način primljena od kupca putem web shopa, može se koristiti isključivo za realizaciju te narudžbe, ali ne i za slanje promotivnih ponuda. Ako se i to želi, ispod kontakt obrasca mora biti odgovarajući box (koji nije unaprijed, po default-u označen!), i pored koje treba stajati: "Slažem se da mi šaljete promotivne ponude".

- Bilteni (eng. newsletters) su, prije ozvaničenja GDPR-a, funkcionirali na doista različite načine. Tako, većina obrazaca na web stranicama kojima su se sakupljale e-mail adrese za biltene, kreirani su tako da imaju tekst koji traži da se ostavi e-mail adresa kako bi se preuzela besplatna elektronska knjiga ili ostvario popust na kupovinu; ta se adresa potom koristila za redovno slanje biltena. GDPR prekida ovu praksu te ako se korisniku bilten želi slati redovno, korisnik mora dati svoje jasno dopuštenje.

POZICIJA BOSNE I HERCEGOVINE

Naravno, u svemu ovome, posebno nam je bitna pozicima Bosne i Hercegovine, kao zemlje izvan Evropske unije? No, situacija je u ovom smislu potpuno jasna, i ova najsveobuhvatnija promjena u politici zaštite podataka u zadnjih nekoliko decenija, (ipak) se odnosi i na Bosnu i Hercegovinu.

Praktično, već i potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju EU, Bosna i Hercegovina je preuzela obavezu usklađivanja domaćeg zakonodavstva sa pravnom osnovom Evropske unije. Osim toga, u skladu sa odredbama GDPR-a, Uredba se primjenjuje i na obradu ličnih podataka ukoliko kontrolor podataka sa sjedištem u EU ima poslovne ogranke u BiH ili na bilo koji način pruža usluge građanima u BiH. Također, subjekti iz BiH koja posluju na prostoru EU ili nude robe ili usluge građanima EU, dužni su primjenjivati GDPR⁷. Što se tiče kaznenih odredbi, primjenjivat će se odredbe iz (postojećeg, i inače nedostalnog) Zakona o zaštiti ličnih podataka u našoj zemlji, sve do stupanja na snagu novog zakona koji treba biti usklađen s GDPR Uredbom⁸. Konkretno, što se tiče naših poslovnih sistema i organizacija, u prvom redu dužni su da urade tzv. procjenu usklađenosti zaštite ličnih podataka sa važećim Zakonom o zaštiti ličnih podataka u BiH i GDPR Uredbom.

U ovom radu, izdvojit ćemo JP Autoceste Federacije FBiH, kao pozitivan primjer prilagođavanja novoj regulativi prikupljanja, obrade i zaštite ličnih podataka. Naime, u ovoj kompaniji uspostavili su odgovarajuću Politiku obrade i zaštite ličnih/osobnih podataka kao temeljni akt, uz imenovanje i tzv. DPO službenika⁹ kao uposlenika zaduženog za zaštitu podataka kako bi se osiguralo djelovanje u skladu sa GDPR Uredbom. U Politici obrade i zaštite ličnih/

7 <https://www.media.ba/bs/magazin-mreze-i-web>, pristup: 13.03.2022

8 <https://ed-vision.com/koje-promjene-donosi-gdpr-i-kako-ga-primjeniti-u-bih>, pristup: 22.01.2021

9 DPO - Data protection Officer

osobnih podataka navode, pored ostalog, i sljedeće:¹⁰

“...Cilj Politike je uspostaviti odgovarajuće procese zaštite i upravljanja ličnim/osobnim podacima ispitanika, odnosno korisnika usluga, radnika i drugih osoba čiji se lični/osobni podaci obrađuju, u skladu sa GDPR uredbom (EU) 2016/679 Evropskog parlamenta i Vijeća od 27.04.2016. godine, Zakonom o zaštiti ličnih/osobnih podataka BiH o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom ličnih/osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka i internim aktima preduzeća. JP Autoceste FBiH su prepoznale važnost zaštite privatnosti, sigurnosti i zaštite podataka svih pojedinaca koji se pojavljuju kao učesnici u svim našim poslovnim procesima. JP Autoceste FBiH putem ove Politike izražava spremnost na poštivanje uredbe, zakona, internih akata preduzeća o zaštiti ličnih/osobnih podataka”.

Drastični slučajevi GDPR sankcija

Kako današnja konkurencija “prisiljava” organizacije na maksimalnom približavanju kupcima i klijentima kroz personalizaciju roba i usluga, česta je pojava zloupotrebe prikupljenih podataka, posebno sa sveprisutnih platformi društvenih mreža (Facebook, Instagram itd.). No, sankcije zbog kršenja GDPR-a danas su jedna nova realnost, pri čemu se u praksi razlikuju dva nivoa novčanih kazni:¹¹

- niži nivo novčane kazne (do 10 miliona eura ili 2% godišnjeg prometa), koji je rezerviran za prekršaje vezane uz osnovna načela Uredbe, pravne osnove obrade, uvjete dozvole, informiranje ispitanika, obradu posebnih kategorija osobnih podataka, odbijanje prava ispitanika te prijenos podataka u treće zemlje, odnosno van EU;
- viši nivo novčane kazne (do 20 miliona eura ili 4% godišnjeg prometa), koji

je fokusiran na prekršaje povezane sa vođenjem evidencije aktivnosti obrade, sigurnošću ličnih podataka, provođenjem procjene učinka na zaštitu podataka, tehničkom i integriranom zaštitom podataka, ugovorima o obradi podataka, kao i imenovanjima službenika za zaštitu podataka.

U nastavku rada predstaviti će se nekoliko drastičnih slučajeva izrečenih novčanih kazni kompanijama za nepoštivanje GDPR uredbe, u periodu 2019. – 2021. godina¹², uz kratak osvrt na način kako se pojedina sankcija mogla prevenirati.

- Slučaj „Amazon“. Prvi i najdrastičniji slučaj GDPR sankcija – iznos od 746 miliona €, juli 2021. godine, odnosi se kompaniju Amazon. Razlozi ovako visoke kazne nisu u javnosti potpunosti objašnjeni, ali je glavna pretpostavka da se radi o pristancima kompanije na tzv. kolačiće (eng. cookies). Zanimljivo je da ovo nije i prvi put da je kompanija Amazon kažnjena zbog načina na koji prikuplja i dijeli lične podatke putem kolačića. Naime, krajem 2020. godine Francuska je kaznila Amazon sa 35 miliona eura zbog gotovo identičnog razloga. Kako se ovako visoka kazna mogla izbjeći? Doista, kompanijama je primamljivo natjerati korisnike da “pristanu” na kolačiće (ili otežati isključivanje kolačića) kako bi prikupili što više ličnih podataka. No, da je Amazon dobijao “slobodnu volju”, informiranu i nedvosmisleno saglasnost za uključivanje prije postavljanja kolačića na uređaje svojih korisnika, izbjegli bi kaznu GDPR-a.

- Slučaj „WhatsApp“. Drugi drastični slučaj GDPR sankcija – 225 miliona €, septembar 2021. godina, odnosi se kompaniju WhatsApp. Naime, Irska koja je osudila WhatsApp ovom visokom kaznom ustanovila je da usluga WhatsApp-a za razmjenu poruka nije pravilno objasnila svoje postupke obrade podataka u svojoj obavijesti o privatnosti. Kako se kazna mogla izbjeći? Irski DPA rekao je da je krivica

¹⁰ <https://jpautoceste.ba/zastita-podataka>, pristup: 15.03.2022.

¹¹ http://azlp.ba/GDPR_Menu/Sta_je_GDPR, pristup: 21.01.2021

¹² <https://www.tessian.com/biggest-gdpr-fines>, pristup: 11.01.2022.

WhatsApp-a gotovo neprozirna obavijest o privatnosti te da je kompanija trebala dati informacije o privatnosti u lako dostupnom formatu, koristeći jezik koji njezini korisnici razumiju.

- Slučaj „Google“. Treći drastični slučaj GDPR sankcija – 50 miliona €, januar 2019, odnosi se na kompaniju Google. Naime, ovom najpoznatijem svjetskom IT divu Francuska je izrekla kaznu za kršenje GDPR Uredbe, zbog toga što Google nije imao valjanu pravnu osnovu za različite obrade ličnih podataka korisnika svojih usluga, pogotovo u svrhu personalizacije oglasa. Nakon istrage zaključeno je da Google krši načelo transparentnosti te obavezu informiranja, jer nije lako pristupiti informacijama o obradi podataka koje kompanija pruža korisnicima s obzirom da su informacije razbacane kroz nekoliko različitih dokumenata, a važne informacije za određene obrade dostupne su tek nakon preduzimanja pet do šest radnji na uređaju. Osim toga, ustanovljeno je da informacije Google-a nerijetko nisu ni dovoljno jasne ili razumljive, dok u nekim slučajevima informacije o trajanju zadržavanja podataka naprosto i ne postoje. Kako se kazna mogla izbjeći? Kompanija Google trebala je pružiti više informacija korisnicima u pravilima o pristanku i dati im veću kontrolu nad načinom na koji se obrađuju njihovi lični podaci.

- Slučaj „H&M“. Četvrti slučaj GDPR sankcije – 35 miliona €, oktobar 2020. godina, odnosi se na kompaniju Hennes & Mauritz, poznatiji kao H&M. Naime, Njemačka je ovom švedskom lancu odjeće izrekla kaznu za kršenje GDPR-a koja se tiče prekomjernog „nadzora“ nekoliko stotina zaposlenika. Nakon što su zaposlenici uzimali godišnji odmor ili bolovanje, morali su dolaziti na sastanak za povratak na posao, pri čemu su neki od tih sastanaka snimljeni i bili dostupni za više desetina H&M menadžera. Tako je više osoblje kompanije steklo „široko znanje o privatnim životima svojih zaposlenika“, od prilično bezazlenih detalja do porodičnih problema i vjerskih uvjerenja. Takođe, ovi „detaljni profili“ korišteni su pri ocjenjivanju

učinka zaposlenika i donošenju odluka o njihovom angažmanu. Kako se novčana kazna mogla izbjeći? H&M je prekršio GDPR-ovo načelo minimiziranja podataka, odnosno nije dozvoljeno obrađivati lične podatke, posebno osjetljive podatke o zdravlju i uvjerenjima ljudi, osim ako to nije nužno za posebnu svrhu. H&M je trebao postaviti strogu kontrolu pristupa podacima, i kompanija pogotovo nije smjela koristiti te podatke za donošenje odluka o zapošljavanju ljudi. Markantno je kako se kompanija izvinula svojim zaposlenicima i pristala povrijeđenim zaposlenicima isplatiti novčanu naknadu.

- Slučaj „TIM“. Peti slučaj GDPR sankcija – 28 miliona €, januar 2020, odnosi se na italijanski telekomunikacijski operater TIM, poznatiji kao Telecom Italia. Naime, Garantea kao odgovarajuće tijelo za zaštitu podataka, izrekla je TIM-u visoku kaznu zbog niza GDPR prekršaja i nezakonitih radnji, od kojih većina proizlazi iz pretjerano agresivne marketinške strategije. Tako su milioni pojedinaca bombardirani su promotivnim pozivima i neželjenom komunikacijom, od kojih su neki bili na popisima bez kontakta i mogućnosti isključenja. Istraga je otkrila i da TIM ne upravlja call centrima za marketinšku komunikaciju na primjeren način, ne osvježava listu pojedinaca koji su izrazili želju za isključivanjem iz marketinške komunikacije, zatim traži pristanak za marketinšku komunikaciju kao uslov da bi kupci dobili popuste, nudi netačne i netransparentne informacije o obradi podataka i sl. Kao dodatan primjer učestalosti nezakonitog ponašanja, ističe se situacija gdje je ista osoba bez prethodnog pristanka pozvana 155 puta u mjesec dana! Uz sve navedeno, kompanijin sistem za upravljanje povredama ličnih podataka pokazao se neefikasnim, a nije postojala ni adekvatna implementacija sistema upravljanja ličnim podacima, zbog čega je kompanija kršila i načela tehničke zaštite podataka te integrirane zaštite podataka (eng. privacy by design and default). Kako se kazna mogla izbjeći? TIM je morao pažljivije upravljati

popisima ličnih podataka korisnika (i potencijalnih korisnika) te kreirati posebne opcije za različite marketinške aktivnosti.

ZAKLJUČAK

GDPR, odnosno Opća uredba o zaštiti podataka motivirana je ekspanzijom ličnih podataka u javnom prostoru, sa krajnjim ciljem njihove zaštite, posebno od (komercijalne) zloupotrebe od strane (velikih) kompanija. Uredba je, precizno, nedvosmisleno, direktno nametnula jedinstveni režim zakona sigurnosti podataka, kako za sve članice EU, tako i zemlje koje na određeni način učestvuju u zajedničkom podatkovnom prostoru. Tako, prema GDPR-u, organizacije koje prikupljaju i upravljaju ličnim podacima korisnika dužne su zaštititi prikupljene podatke od zloupotrebe, što se u suprotnom sankcionira iznimno visokim novčanim kaznama.

Što se tiče naše zemlje, iako nije članica Evropske unije, postoje jasne obaveze u smislu GDPR-a kao najsveobuhvatnije promjene u politici zaštite podataka. U prvom redu, već samim potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju EU, Bosna i Hercegovina je preuzela obavezu usklađivanja domaćeg zakonodavstva sa pravnom osnovom Evropske unije. Pored toga, odredbe GDPR-a primjenjuje se i na sve subjekte (naravno, ne samo iz BiH) koji posluju (ili nude robu i/ili usluge) na prostoru Evropske unije, što sve primorava (i) naše organizacije i poslovne sisteme na potrebne prilagodbe u pogledu politike prikupljanja, obrade i zaštite ličnih podataka. U tom kontekstu, izdvojili smo JP Autoceste Federacije BiH kao jedan (pozitivan) primjer prilagođavanja novoj podaktovnoj regulativi, gdje je uspostavljena odgovarajuća Politika obrade i zaštite ličnih/osobnih podataka kao temeljni akt koji opisuje svrhu i ciljeve prikupljanja, obrade i upravljanja ličnim/osobnim podacima shodno načelima GDPR-a.

LITERATURA

- [1] http://azlp.ba/GDPR_Menu/Sta_je_GDPR, pristup: 21.01.2021
- [2] <https://www.tessian.com/biggest-gdpr-fines>, pristup: 11.01.2022.
- [3] <https://www.media.ba/bs/magazin-mreze-i-web>, pristup: 13.03.2022
- [4] <https://gdpr-info.eu>, pristup: 22.01.2021
- [5] <https://www.index.hr/clanak/ako-u-poslovanju-koristite-digitalne-alate-ogromna-je-sansa-da-vam-prijeti-kazna>, pristup: 19.03.2022.
- [6] <https://jpautoceste.ba/zastita-podataka>, pristup: 15.03.2022.
- [7] <https://ed-vision.com/koje-promjene-donosi-gdpr-i-kako-ga-primjeniti-u-bih>, pristup: 22.01.2021