



# **АКЦИОНАРСТВО**

**-časopis za menadžment -**

**Vol. 28, No. 1, 2022. godine**

### **Izdavač**

Centar za ekonomska i finansijska istraživanja

Lomina br. 2, 11000 Beograd

Tel: 011/361-09-06

[www.ipn.org.rs/akcionarstvo](http://www.ipn.org.rs/akcionarstvo)

e-mail: [cefibeograd@gmail.com](mailto:cefibeograd@gmail.com)

### **Suizdavač**

Institut primenjenih nauka Beograd

### **Glavni i odgovorni urednik**

prof. dr Milorad Zekić

Visoka škola za menadžment i ekonomiju, Kragujevac, R. Srbija

**ISSN (Print) 0354-6403**

**ISSN (Online) 2683-5630**

### **Izdavački savet**

Prof. dr Jovana Gligić Dumonjić, Visoka škola za menadžment i ekonomiju,  
Kragujevac, R. Srbija

Prof. dr Ljubiša Stanojević, Univerzitet Alfa BK, Beograd, R. Srbija

Prof. dr Mladen Perazić, Univerzitet Mediteran, Podgorica, R. Crna Gora

### **Redakcijski odbor**

Prof. Dr Zoran Vasić, Visoka škola za menadžment i ekonomiju,  
Kragujevac, R. Srbija

Prof. Dr Ana Opačić, Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd, R.  
Srbija

Prof. Dr Živorad Petrović, Visoka škola EPOHA, Beograd, R. Srbija

Prof. Dr Dragan Anđelić, Visoka škola za menadžment i ekonomiju,  
Kragujevac, R. Srbija

doc. Dr Ljubiša Todorović, Univerzitet Slobomir P., Bijeljina, Bosna i  
Hercegovina

Prof. Dr Ilija Galjak, Institut primenjenih nauka, Beograd, R. Srbija

Prof. Dr Zoran Babić, Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka

Prof. Dr Slobodan Andžić, Beogradska poslovna škola, Beograd, R. Srbija

Doc. Dr Andrej Mićović, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka  
Banja, R. Srbija

Prof. Dr Cvjetko Stojanović, Institut primenjenih nauka, Beograd, R. Srbija

**Lektor i kolektor**

Valentina Jovanović

**Tehnički urednik**

Slobodan Vukoje

**Štampa:**

Family print Niš

Časopis izlazi jednom godišnje – The magazine is published one times a  
year



## SADRŽAJ

Bojan Savić

**ZNAČAJ INTEGRISANOG IZVEŠTAVANJA ZA FUNKCIONISANJE  
TRŽIŠTA KAPITALA ..... 7**

Biljana Stankov

Milijana Roganović

**PRUŽANJE PODRŠKE I PODSTICANJE RAZVOJA MALIH I  
SREDNJIH PREDUZEĆA U EVROPSKOJ UNIJI ..... 21**

Milan Mihajlović

Vladimir Ilić

Dejan Jeremić

**SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO U USLOVIMA SAVREMENE  
EKONOMIJE ..... 45**

Nedeljko Prdić

Sara Kostić

**POSLOVANJE PIJACA U KRIZNIM SITUACIJAMA SA POSEBNIM  
OSVRTOM NA KOMUNIKACIJU SA POTROŠAČIMA I JAVNOŠĆU 63**

Ilija Životić

Kristijan Ristić

Bruno Đuran

Jasmina Šmigić Miladinović

**ULOGA BEZBEDNOSNOG MENADŽMENTA U OTKRIVANJU VEZA  
OFŠOR POSLOVANJA BANAKA I PRANJA NOVCA ..... 79**

Radovan Klincov  
Nataša Marjanović  
Dragana Trnavac  
Milan Novović  
Dejan Obućinski

**SHVATANJA EKONOMSKIH ZAKONA U SAVREMENOJ  
EKONOMSKOJ TEORIJI ..... 99**

Slobodan Stanojević  
Aleksandar Rajković  
Tanja Arapović Ilić  
Davor Sakač

**ANALIZA FINANSIJSKE STABILNOSTI BUDŽETSKIH IZDATAKA  
ZA ZDRAVSTVENU ZAŠTITU U REPUBLICI SRBIJI ..... 115**

Branimir Kalaš  
Miloš Đaković  
Milica Inđić

**ANALIZA PRIHODA I RASHODA BUDŽETA AP VOJVODINE ..... 127**

Milan Ječmenić

**SADRŽINSKA KONTROLA I KONTROLA TRANSPARENTNOSTI  
UGOVORNIH KLAUZULA O EKONOMSKOM EKSPLOATISANJU  
PRAVA LIČNOSTI FUDBALERA BUNDES LIGE ..... 139**

**UPUTSTVO AUTORIMA ZA PRIPREMU RUKOPISA ..... 157**

**INSTRUCTIONS FOR AUTHORS ..... 162**

**SPISAK RECENZENATA ..... 162**

Bojan Savić<sup>1</sup>

## ZNAČAJ INTEGRISANOG IZVEŠTAVANJA ZA FUNKCIONISANJE TRŽIŠTA KAPITALA<sup>2</sup>

Originalni naučni rad

UDK: 339.13.021

657.631.6

### **Rezime**

*Integrisano izveštavanje predstavlja svojevrsni odgovor na izmenjenu paradigmu poslovanja i dinamične promene koje su uslovile da izolovane finansijske informacije nisu dovoljne za efikasno odlučivanje učesnika na komercijalnom i finansijskom tržištu. Osvetljavanjem relacija između finansijskih i nefinansijskih aspekata poslovanja integrisano izveštavanje pruža mogućnost da se potpunije razume poslovni model preduzeća, kao i proces kreiranja vrednosti. Kao takvo, integrisano izveštavanje doprinosi boljem shvatanju kvantitativnih i kvalitativnih faktora koji oblikuju performanse preduzeća, preusmeravajući fokus investitora sa kratkog na dugi rok. Cilj rada je da ukaže na značaj integrisanog izveštavanja kao instrumenta koji treba da pruži sveobuhvatni uvid u vrednost preduzeća i time podrži donošenje racionalnih odluka o alokaciji kapitala.*

**Ključne reči:** *integrisano izveštavanje, tržište kapitala, održivost poslovanja, investitori.*

---

<sup>1</sup> Univerzitet u Beogradu – Poljoprivredni fakultet, Nemanjina 6, Zemun – Beograd, email: [bsavic@agrif.bg.ac.rs](mailto:bsavic@agrif.bg.ac.rs)

<sup>2</sup> Rad je nastao kao rezultat istraživanja u okviru Ugovora o realizaciji i finansiranju naučnoistraživačkog rada u 2022. godini između Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije, evidencioni broj ugovora: 451-03-68/2022-14/200116.

## Uvod

Integrirano izveštavanje namenjeno je ključnim stejkholderima preduzeća. Okolnost da jednu od kategorija ključnih stejkholdera čine i investitori, kako postojeći tako i potencijalni, sugeriše da je integrirano izveštavanje između ostalog usmereno i ka boljoj komunikaciji sa učesnicima na tržištu kapitala kako bi se unapredila efikasnost alokacije ograničenih finansijskih resursa.

Za investitore je stalni rast tržišne vrednosti preduzeća osnovna pretpostavka njihovog ulaganja, dok se održanje uloženog kapitala posmatra kao minimalni zahtev koji se postavlja pred menadžment. Pri tome, uspeh menadžmenta se meri upravo preko visine kreirane dodate vrednosti, na osnovu čega investitori donose ne samo odluke o svojim ulozima, već i o upravljačkoj strukturi (Škarić, 2010, 18-9).

Pojedine berze uvele su obavezu publikovanja integriranih izveštaja ili izveštaja o održivom razvoju preduzeća kao uslov ulaska i kotiranja na berzi (američka komisija za hartije od vrednosti, berze u Johanesburgu, Kopenhagenu i druge).

Zadatak integriranog izveštaja je da objasni kompleksnost koja je svojstvena savremenom poslovanju, osvetli međuzavisnost finansijskih i nefinansijskih faktora, istakne sposobnost menadžmenta da ove relacije iskoristi za kreiranje vrednosti i konačno, da korisnicima izveštaja ukaže na svest menadžmenta o rizicima i šansama koje potiču od nefinansijskih faktora (International Corporate Governance Network, 2008, 7).

Cilj rada je da ukaže na značaj integriranog izveštavanja kao odgovor na izmenjene uslove poslovanja i rastuće potrebe učesnika na tržištu kapitala. Informacije iz integriranih izveštaja su važne ne samo za analitičare i investiture, već i za menadžment preduzeća, budući da integrirano razmišljanje kao ključna pretpostavka za pripremanje integriranog izveštaja zahteva od menadžmenta da određenim pitanjima koja su značajna za kreiranje vrednosti u dugom roku posveti posebnu pažnju. Takođe, aktuelnost navedene problematike može se prepoznati i iz perspektive računovodstvene profesije koja ima centralnu ulogu u izveštavanju



i kreiranju poverenja učesnika na tržištu kapitala, kao i za revizorsku profesiju koji treba da doprinesu kredibilitetu prikazanih informacija iz integrisanog izveštaja.

### **Relevantnost informacija iz integrisanih izveštaja**

Potpuno razumevanje značaja integrisanih izveštaja u kontekstu tržišta kapitala inicira potrebu da se najpre ukaže na nefinansijske informacije koje zajedno sa finansijskim kreiraju celovitu sliku o preduzeću, zatim potrebu utvrđivanja međuzavisnosti između finansijskih i nefinansijskih performansi, implikacije ukupnih performansi održivog razvoja na rejting i poziciju preduzeća na finansijskom tržištu i cenu kapitala kao ključnu determinantu kreiranja vrednosti.

Izražen „vrednosni gep“ između tradicionalnih računovodstvenih merila vrednosti na jednoj i tržišne kapitalizacije preduzeća na drugoj strani, kao imperativ nameće potrebu izlaska iz uskih okvira finansijskog izveštavanja. Naime, tekući finansijski izveštaji reflektuju samo deo ukupne vrednosti preduzeća. To je posledica činjenice da je proteklih dekada poslovni model značajno izmenjen i da trenutno materijalna imovina reprezentuje svega 19% ukupne tržišne vrednosti preduzeća (Deloitte & Touch, 2012, 127).

Preduzeća koja istupaju na finansijskim tržištima tradicionalno pružaju investitorima smernice u pogledu budućih rezultata, kako bi privukla neophodan kapital. Sa razvojem nove ekonomske paradigme i rastom svesti o društvenoj odgovornosti preduzeća pravila komuniciranja sa investitorima unekoliko su se promenila. Preciznije rečeno, transparentnost i dijalog ostali su i dalje važni, ali se sadržaj informacionih tokova između preduzeća i različitih tipova investitora značajno promenio. Investitori nastoje da razumeju šta je to što pokreće vrednost preduzeća, odnosno na koji način se ona kreira i održava? U tom smislu, Dodatno, integrisano izveštavanje pruža podršku investitorima da razumeju strategijske ciljeve posmatranog preduzeća i napredak u njihovom postizanju.

Kada je reč o tipologiji investitora moguće je praviti razliku između kratkoročno orijentisanih i dugoročnih investitora, tradicionalnih i socijalno odgovornih ulagača. Mali, neprofesionalni investitori su

po pravilu opterećeni privatno tečevinskim interesima i kao takvi usmereni su na kratkoročni vremenski horizont, dok veliki, institucionalni investitori uglavnom razmišljaju dugoročno. Sadržaj komunikacije opredeljuje i tip investitora kojima će preduzeće biti atraktivno. Rečeno primerom, plasiranje prognoza o kvartalnim dobitcima afirmiše fokus na kratkoročne prinose, pre svega u vidu kapitalnih dobitaka kroz visok stepen volatilnosti cena hartija od vrednosti i njihovu preprodaju. Međutim, navedena strategija komunikacije i ponašanja menadžmenta ne samo da ne doprinosi kreiranju dugoročne vrednosti već naprotiv često dovodi do njene erozije. Ovo zbog toga, što je u datom ambijentu menadžment izložen pritiscima da maksimizuje kratkoročne dobitke, što pretpostavlja ulazak u rizičnije poduhvate i posledično, vodi ka zanemarivanju određenih strategijskih šansi i rizika, čime se redukuje efikasnost korporativnog upravljanja.

### **Tržište kapitala i integrisano izveštavanje**

Vremenom, preduzeća su postala svesna da održivo poslovanje kreira veće koristi od materijalne imovine i kratkoročne vrednosti, pre svega kroz uštedu troškova, redukovanje rizika i inovacije proizvoda i usluga, o čemu je već bilo više reči. Svest o ograničenjima kratkoročnog razmišljanja menadžmenta uslovlila je da jedan broj svetski najpoznatijih kompanija (Coca-Cola, Intel, Ford, General Motors, Citygroup) okonča praksu izdavanja prognoza o budućim rezultatima. Naime, pomenuta preduzeća su odlučila da se refokusiraju na održive ciljeve i dugoročne performanse umesto kratkoročnih profitnih postignuća, kako bi se izbegli troškovi povezani sa prognozama (negativne implikacije na cene akcija ukoliko se najavljeni rezultati ne realizuju). Navedeni pristup promoviše kreiranje i jačanje održive vrednosti za akcionare.

Uspešna implementacija opisanih promena pretpostavlja da se kvalitet komunikacija i transparentnost poslovanja unaprede kroz pružanje relevantnih i učestalih informacija o strategiji preduzeća i dugoročnoj vrednosti, zatim da se kroz širu edukaciju poveća svest učesnika na tržištu kapitala o koristima dugoročnog razmišljanja i troškovima kratkoročnog fokusa; kao i da se kompenzacije

menadžmenta usklade sa dugoročnim interesima stejkholdera (Razaee, 2007, 14).

Važno je naglasiti da se informacione potrebe investitora i analitičara veoma kompleksne te da kao takve uključuju brojna pitanja povezana sa dugoročnim opstankom preduzeća (intelektualni i ljudski kapital, životnu sredinu, satisfakciju kupaca, reputaciju preduzeća, poštovanje ljudskih prava, antikorupcijsku praksu, lanac snabdevanja i odnose sa zajednicom). Praksa je međutim pokazala da je navedenom segmentu izveštavanju nedostajao kontekst i okvir koji povezuje ekološke, socijalne i informacije o korporativnom upravljanju sa finansijskim informacijama. Pojedini investitori izražavaju posebno interesovanje za performanse o korporativnoj odgovornosti, preciznije za socijalna i/ili ekološka pitanja u stepenu u kome ona mogu uticati na prinose njihovih ulaganja, tokom vremenskog perioda koji je za njih relevantan. Jedan od očiglednih primera povezanosti korporativne društvene odgovornosti (KDO) sa dugoročnom finansijskom vrednošću predstavlja postojanje brojnih rezolucija akcionara, kojima se zahteva minimiziranje negativnih uticaja poslovanja preduzeća na životnu sredinu ili na društvenu zajednicu. Gotovo polovina (45%) rezolucija povezana je sa KDO. Time se uspostavlja veza između pitanja iz domena održivog razvoja i rizika kreiranja vrednosti za akcionare (Monks, Lajoux, 2011, 321).

### **Održivost poslovanja kao faktor privlačenja investitora**

Menadžment sve više postaje svestan značaja upravljanja performansama održivog razvoja za potrebe implementacije poslovnih strategija, kreiranja i održanja vrednosti preduzeća. Kada je reč o malim investitorima navedena pitanja se posmatraju za relativno kratak vremenski rok (od nekoliko meseci do dve godine). Za navedeni period većina ekoloških i socijalnih pitanja nije finansijski značajna. Iz prethodnog međutim, ne treba izvlačiti zaključak da investitori nisu uopšte zainteresovani za dugoročne implikacije navedenih uticaja, već da će im kategorija tradicionalnih investitora manje pažnje posvetiti prilikom donošenja odluka o kupovini, zadržavanju ili prodaji akcija.

Na drugoj strani, kategorija socijalno odgovornih investitora će nezavisno od vremenskog horizonta koji je za njih interesantan, pažljivo proučiti navedene ekološke i socijalne implikacije poslovanja i ukoliko su one neprihvatljive sa stanovišta njihovih kriterijuma i etike, ulaganje će izostati odnosno postojeća ulaganja će biti povučena. S tim u vezi, interesantan je slučaj kompanije Foxconn koja je glavni proizvođač kompanije Apple u Kini, otkriven januara 2012. godine povodom nehumanog postupanja sa zaposlenima. Neposredno nakon ovog događaja kompanija je zabeležila najnižu stopu rasta, a cene akcija su zabeležile kratkoročni pad. Aktuelni primeri interesovanja investitora za ekološka pitanja obuhvataju implikacije zagađenja u sektoru električne energije, bezbednost i ekološki rizik u sektoru za naftu i gas i dr. Svetski poznati proizvođač sportske opreme, kompanija Puma je u novembru 2011. godine prva obelodanila detaljan ekološki izveštaj o uspehu za 2010. godinu, a navedena praksa nastvaljena je sve do danas. Pomenuti izveštaj prikazuje monetarne aspekte ekoloških uticaja, preciznije troškove upotrebe vode, zagađenja zemljišta i vazduha i upravljanja otpadom, u celom lancu snabdevanja. Cilj izveštaja, pored internih koristi za preduzeće, je da se akcionarima i ostalim stejkholderima omogući da sagledaju veličinu i značaj uticaja poslovanja navedenog preduzeća na okruženje (Puma, 2011).

U prilog potrebe respektovanja navedenih pitanja i sa aspekta kratkog roka govori i slučaj izlivanja nafte 2010. godine u Meksičkom zalivu koji reprezentuje tragičan dokaz povezanosti između ekoloških rizika i ekonomskih ciljeva. Tokom dva meseca od izlivanja British Petroleum je potrošio više od dve milijarde dolara na saniranje ekološke štete, a dodatni troškovi tek su usledili. Cene akcija ove kompanije opale su više od 50% u roku od 30 dana od nastanka katastrofe (Weber, 2011).

Konačno, kada je reč o dugoročno orijentisanim (institucionalizovanim) investitorima poput penzionih fondova, osiguravajućih društava i drugih ulagača, ekološka i socijalna pitanja nisu primarno namenjena odlukama o trgovanju. Dakle, navedene informacije se po svom kvalitetu razlikuju od kvartalnih izveštaja i prognoza i kao takve treba da ukažu na kvalitet

upravljanja i održivost poslovnog modela. U tom smislu, ukoliko investitori na osnovu prikazanih integrisanih izveštaja zaključe da menadžment efikasno radi svoj posao, tada neće preduzimati nikakve radnje. U suprotnom slučaju, imaju priliku da neposredno uoče nepravilnosti i blagovremeno reaguju. Koji konkretni ekološki, socijalni i upravljački faktori će biti relevantni za vrednovanje preduzeća zavisi od industrijskog sektora kome preduzeće pripada i njegove geografske lokacije. U investicionoj analizi neophodno je koristiti i kvantitativne i kvalitativne podatke. Standardni finansijski modeli vrednovanja gotovo se u potpunosti baziraju na kvantitativnim inputima. Značajan deo vrednosti moguće je obuhvatiti preko nefinansijskih faktora u vidu kvalitativnih podataka. Na taj način moguće je proširiti modele vrednovanja kako bi se povezali kvalitativni faktori sa finansijskim performansama. Ove informacije obuhvataju procene o tržišnim trendovima, strategiju ulaska na tržište, strategiju povećanja kapitala, ideju o razvoju novih proizvoda, lokalna pitanja održivog razvoja (klimatske promene, nedostatak vode, preterana eksploatacija prirodnih resursa, društveni sukobi i drugo (World Business Council for Sustainable Development and UNEP Finance Initiative, 2010).

### **Prednosti integrisanog izveštavanja za preduzeće**

Tržište kapitala često koristi nefinansijske informacije koje dobija od trećih strana, a koje su ne retko neproverene, što uslovljava veći stepen pretpostavki i ekstrapolacija. Transparentno komuniciranje i obezbeđenje informacija učesnicima na tržištu kapitala za potrebe donošenja investicionih odluka, obezbeđuje preduzeću veći stepen kontrole nad procesom komuniciranja informacija, čime se istovremeno pruža mogućnost da se investitorima ponudi potpuniji uvid u ostvarene performanse. Otuda investitori opravdano očekuju od preduzeća da obezbedi procenu finansijskih implikacija nastalih eksternalija (povećani troškovi, potencijalne obaveze), aktivnosti preduzete u cilju upravljanja ovim rizicima, kao i procenu efikasnosti preduzetih aktivnosti (Sullivan, 2011). Cene akcija mogu pozitivno reagovati na obelodanjivanje performansi održivog razvoja iz brojnih razloga, pre svega usled

pozitivne reakcije socijalno odgovornih investitora, zatim konvencionalni učesnici na tržištu kapitala mogu smatrati relevantnim obelodanjivanja o ekološkim obavezama ili upravljanju socijalnim rizicima. Takođe, kroz navedena obelodanjivanja menadžment signalizira svest o značaju upravljanja socijalnim i ekološkim pitanjima kao i svoju kompetentnost u tom procesu. S tim u vezi, interesantan je slučaj kompanije Novo Nordisk koja je sa publikovanjem integrisanih izveštaja otpočela još 2004. godine. U periodu od 2005-2011. godine cene akcija ove kompanije zabeležile su značajno veću stopu rasta (390%) u odnosu na cene akcija konkurentskih farmaceutske kompanija koje nisu usvojile koncept integrisanog razmišljanja i izveštavanja (Eccles, Armbrester, 2011, 17).

S druge strane, izostanak obelodanjivanja relevantnih informacija se posmatra kao nepovoljna vest što istovremeno utiče na percepciju rizika, reputaciju preduzeća, finansijske pokazatelje i konačno na tražnju za akcijama. Tako, na primer, ukoliko izostane izveštavanje o održivom razvoju, investitori će biti u većoj neizvesnosti u pogledu uticaja ekoloških događaja na buduće ekonomske performanse preduzeća. Dobrovoljno obelodanjivanje ukazuje da menadžment ima smelosti da objavi svoje performanse čime šalje pozitivne signale investitorima, a u slučaju nepovoljnih performansi ima priliku da pruži objašnjenje i predoči plan akcije.

Dodatno, visok kvalitet integrisanog izveštavanja redukuje informacionu asimetriju između internih i eksternih stejkholdera, a time i neizvesnost investitora u pogledu budućih ekoloških i socijalnih performansi, kao i povezanih novčanih tokova. Integrisano izveštavanje obezbeđuje pravovremenu raspoloživost informacija, izazov na koji finansijsko izveštavanje nije uspešno da odgovori. Publikovanje relevantnih informacija pretpostavlja aktivan dijalog sa investicionom zajednicom kako bi se prepoznale njihove informacione potrebe. Time se između preduzeća i investitora grade odnosi zasnovani na poverenju što je ne samo osnova za reputaciju preduzeća i njegovu atraktivnost već i za efikasno funkcionisanje tržišta kapitala. U tom smislu, integrisano izveštavanje ima ulogu da obnovi narušeno poverenje učesnika na tržištu kapitala. Veća tražnja za akcijama znači njihovu

veću tržišnu cenu i niže troškove kapitala (Vitolla et al., 2019, 525). Rezultati jedne studije ukazuju da integrisano izveštavanje pruža mogućnost kreiranja preciznijih prognoza dobitka i tržišne vrednosti kompanija (Flores et al., 2019, 1476).

Kao što je poznato kupoprodajne operacije sa akcijama i drugim hartijama od vrednosti koje je preduzeće emitovalo, preciznije obim i učestalost transakcija, direktno zavise od obima i kvaliteta raspoloživih informacija. Povratno navedene transakcije imaju implikacije na likvidnost i cene hartija od vrednosti. Time se izveštavanje o pitanjima iz domena održivog razvoja direktno povezuju sa vrednošću za akcionare. Preduzeća koja su u prethodnom periodu imala visoke troškove kapitala će se verovatno dobrovoljno opredeliti za integrisano izveštavanje. Iskustva ukazuju da se troškovi kapitala redukuju u slučajevima kada preduzeća ostvare superiorne performanse u domenu održivog razvoja. Navedena preduzeća po pravilu su atraktivna za institucionalne investitore i analitičare koji formiraju preciznije prognoze. Konačno, preduzeća koja obelodanjuju integrisane izveštaje po pravilu u periodu od dve godine plasiraju novu emisiju akcija tzv. sezonska ponuda kapitala (Dhaliwal et al., 2010). U navedenom kontekstu integrisano izveštavanje ima ulogu da omogući pristup preduzeća neophodnom kapitalu.

Rezultati studije koju je sprovedla konsultantska i revizorska kuća PriceWaterhouseCoopers a kojom su obuhvaćena preduzeća koja na kontinuiranoj osnovi obelodanjuju nefinansijske informacije ukazuju da postoji korelacija između izveštavanja o održivom razvoju i poboljšanih performansi u sledećim područjima (PriceWaterhouseCoopers, 2010):

- bruto marža je povećana za oko 10% u odnosu na preduzeća koja ne obelodanjuju nefinansijske informacije;
- veća margina pomaže preduzeću da generiše više gotovine preko značajno većeg slobodnog novčanog toka;
- preduzeća koja izveštavaju o nefinansijskim performansama generišu veći prinos za akcionare u odnosu na ona koja to ne čine.

Rejting agencije i pored brojnih kontroverzi imaju važnu ulogu na tržištu kapitala budući da procenjuju kreditnu sposobnost

preduzeća i sigurnost ulaganja u njihove hartije od vrednosti. Rangiranje je moguće izvršiti ne samo na osnovu finansijskog aspekta poslovanja, već i na bazi postignutih performansi u području održivog razvoja. Uvođenje rejtinga održivog razvoja (sustainability rating) služi kao pregledni indikator o tome koliko je poslovanje preduzeća zaista održivo. Reč je o privlačnom konceptu koji se izvodi iz kompleksnosti brojnih nezavisnih faktora u jednu listu koju mogu svi razumeti. Poslednjih godina pojavio se veliki broj rejting agencija koje nastoje da postanu autoriteti u identifikovanju „dobrih korporativnih momaka“. U junu 2011. godine Globalna inicijativa za rangiranje na osnovu performansi održivog razvoja (Global Initiative for Sustainability Rating - GISR) ukazala je na neefikasnost i nekonzistentnost tekućeg sistema utvrđivanja rejtinga (PriceWaterhouseCoopers, 2011).

S tim u vezi, Mindy Lubber predsednik Ceres-a izrazila je potrebu iznalaženja instrumenta za alokaciju kapitala – finansijskog, ljudskog, socijalnog i prirodnog ka preduzećima liderima u području održivog razvoja. Otuda veoma atraktivno zvuči vizija GISR da krene istim nekomercijalnim i nezavisnim putem poput Globalne inicijative izveštavanja, a podršku je dobila od strane agencije za pružanje finansijskih usluga Fortune 100, firme za upravljanje investicijama Calvert Group i organizacije za poslovne i finansijske vesti Bloomberg. Analogno tradicionalnim berzanskim indeksima, Dow Jones Sustainability Index (DJSI) selektuje vodeće kompanije koje se fokusiraju na održivi razvoj. Pri tome, akcije kompanija u okviru 57 industrijskih sektora koje u potpunosti zadovoljavaju ključne kriterijume održivog razvoja, znatno bolje od svojih konkurenata su uključene u indeks. Kriterijum „najbolji u klasi“ podstiče konkurenciju između preduzeća kako bi se uključila u indeks. Lideri se identifikuju na bazi specijalnog upitnika o ekološkim, socijalnim i upravljačkim pitanjima. Cilj indeksa je da se jasno razlikuju firme koje imaju dobre performanse i povezana obelodanjivanja od onih koja imaju negativne performanse a obelodanjuju ih kao pozitivne. Kroz obelodanjivanje indeksa kompanije imaju uvid u rezultat koji su ostvarili po osnovu svakog kriterijuma, a istovremeno se prikazuju najbolji, prosečni i najniži skor. Time se pruža mogućnost preduzećima da izvrše komparaciju



svojih jakih i slabih strana u odnosu na konkurente. Dodatno, procenjivanje pruža strategijski uvid u način na koji je održivi razvoj povezan sa poslovnim performansama (S&P Dow Jones Sustainability Indices). Sve ovo ukazuje da preduzeća moraju kontinuirano da napreduju u kreiranju dugoročne vrednosti, poboljšaju merenje uticaja i usklađuju pitanja održivog razvoja sa celokupnom strategijom i poslovanjem kako bi bila sastavni deo navedenog indeksa. Iz navedenih razloga pojedine firme direktno povezuju bonuse menadžmenta sa godišnjim listingom. Prethodno sugeriše da preduzeća treba da prepoznaju vezu između poboljšanja u nefinansijskim područjima i novčanog toka ili cene akcija (Todorović i dr. 2020, 204).

### **Zaključak**

Kreiranje vrednosti za akcionare pretpostavlja aktivnu saradnju preduzeća sa svim ključnim stejkholderima. Nedostatak relevantnih informacija ima brojne negativne efekte: pre svega, pospešuje orijentaciju na kratak rok, produbljuje informacionu asimetriju, uslovljava pojavu negativne selekcije kada je reč o odlukama o alokaciji kapitala, intenzivira volatilnost tržišta kapitala, ohrabruje cirkulaciju i upotrebu insajderskih informacija i konačno dovodi u pitanje opstanak preduzeća. U tom smislu, integrisani izveštaji predstavljaju važnu osnovu za investicione odluke, ali i dijalog sa ostalim stejkholderima. Kroz podršku kreiranju i održanju vrednosti za sve ključne stejkholdere i obelodanjivanje relevantnih informacija integrisano izveštavanje je pozitivno povezano sa tržišnom vrednošću kompanija.

### **Literatura**

1. Deloitte & Touche (2012). Integrated Reporting: The new big picture, <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/deloitte-review/issue-10/integrated-reporting-the-new-big-picture.html>
2. Dhaliwal, D., Zhen, Li O., Tsang, A., Yang, Y. (2010). Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting, *The Accounting Review*, 86 (1), 59-100.

3. Eccles, R., Armbrester, K. (2011). Integrated Reporting in the Cloud, *IESE Insight*, 8 (8), 13-20.
4. Flores, E., Fasan, M., Mendes-da-Silva, W., Sampaio, J. (2019). Integrated reporting and capital markets in an international setting: The role of financial analysis, *Business strategy and the Environment*, 28 (7), 1465-1480.
5. International Corporate Governance Network (2008). Statement and Guidance on Non-financial Business Reporting, [file:///C:/Users/Bojan/Downloads/statement and%20guidance%20on%20non-financial%20reporting%20-%20international%20corporate%20governance%20network 5 312.pdf](file:///C:/Users/Bojan/Downloads/statement%20and%20guidance%20on%20non-financial%20reporting%20-%20international%20corporate%20governance%20network%205%20312.pdf)
6. Monks, R., and Lajoux, A. (2011). *Corporate Valuation for Portfolio Investment*, John Wiley & Sons, Hoboken.
7. PriceWaterhouseCoopers (2010). Nonfinancial reporting, stock price, and performance, R&C *World Express*, <http://www.pwc.com/gx/en/retail-consumer/pdf/rc-worlds-newsletter-jul2010.pdf>
8. PriceWatehouseCoopers (2011). New Move Promises „Gold Standard“ for Sustainability, *World Watch: Governance, Reporting and Assurance*, Issue 3, 2011, <http://www.pwc.com/gx/en/ifrsreporting/world-watch/issue3-2011.jhtml>
9. Puma (2011). Environmental Profit and Loss Account, <https://about.puma.com/en/newsroom/corporate-news/2011/11-16-11-first-environmental-profit-and-loss>
10. Razaee Z. (2007). *Corporate Governance post Sarbanes-Oxley: Regulations, Requirements and Integrated Processes*, John Wiley & Sons, Hoboken.
11. S&P Dow Jones Sustainability Indices, <http://www.djindexes.com/sustainability/>
12. Sullivan, R. (2011). What do Investor Want to Know about Corporate Responsibility?, The Sustainable Business Blog, <http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/investors-corporate-responsibility>

13. Todorović, M., Savić, B., Jovanović, D. (2020). *Integrirano izveštavanje Novi model korporativnog izveštavanja*, Ekonomski fakultet, Kragujevac.
14. Škarić-Jovanović, K. (2010). Održanje kapitala pri primeni koncepta fer vrednosti, u *Zbornik radova sa XIV Kongresa Saveza računovođa i revizora Republike Srpske: Uloga finansijske I računovodstvene profesije u prevazilaženju krize u realnom I finansijskom sektoru*, oktobar 2010, Teslić, 15-42.
15. Weber H. (2011). One year after the spill, BP is looking strong, [http://www.msnbc.msn.com/id/42650825/ns/business-us\\_business/t/one-year-after-spill-bp-looking-strong/](http://www.msnbc.msn.com/id/42650825/ns/business-us_business/t/one-year-after-spill-bp-looking-strong/)
16. Vitolla, F., Salvi, A., Raimo, N., Petruzzella, F., Rubino, M. (2019). The impact on the cost of equity capital in the effects of integrated reporting quality, *Business strategy and the Environment*, 29 (2), 519-529.
17. WBCSD and UNEP FI (2010). Translating ESG into Sustainable business value: Key insight for companies and investors, World Business Council for Sustainable Development and UNEP Finance Initiative, <https://www.unepfi.org/fileadmin/documents/translatingESG.pdf>

## IMPORTANCE OF INTEGRATED REPORTING FOR FUNCTIONING OF CAPITAL MARKETS<sup>3</sup>

### *Abstract*

*Integrating reporting is a kind of response to the changed business paradigm and dynamic changes that have led to the fact that isolated financial information is not enough for effective decision-making by participants in the commercial and financial market. By highlighting the relationship between the financial and non-financial aspects of business, integrated reporting provides an opportunity to better understand the business model of the company, as well as the value creation process. As such, integrated reporting contributes to a better understanding of the quantitative and qualitative factors that shape firm performance, shifting investor focus from the short to the long term. The aim of this paper is to point out the importance of integrated reporting as an instrument that should provide a comprehensive insight into the value of the company and thus support rational decision-making on capital allocation.*

**Key words:** *integrated reporting, capital market, sustainability, investors.*

Datum prijema / Date of arrival: 11.02.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 22.04.2022.

---

<sup>3</sup> The paper is a result of the researching project within the Agreement on the realization and financing of scientific research work in 2022. between the Faculty of Agriculture, University of Belgrade and the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia, No. 451-03-68/2022-14/200116.

Biljana Stankov<sup>1</sup>  
Milijana Roganović<sup>2</sup>

## PRUŽANJE PODRŠKE I PODSTICANJE RAZVOJA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA U EVROPSKOJ UNIJI

Originalni naučni rad

UDK: 005.412:334.713(4-672EU)

### **Rezime**

*Malim i srednjim preduzećima, posebno onim koja posluju u okviru nefinansijskog poslovnog sektora, se pridaje posebna važnost u Evropskoj uniji jer ona značajno doprinose rastu i razvoju evropske privrede, uvećanju dodate vrednosti i godišnjeg prometa, kao i povećanju zaposlenosti. Evropska komisija se bavi pružanjem podrške, pomoći i podsticaja razvoju malih i srednjih preduzeća preduzimanjem različitih mera i realizacijom programskih aktivnosti. Cilj ovog rada se odnosi na isticanje načina definisanja ovih preduzeća, kao veoma značajnog faktora koji opredeljuje pristup finansijskim sredstvima i različitim programima podrške koje Evropska unija usmerava ka sektoru malih i srednjih preduzeća. Pored hronološkog pregleda kriterijuma za definisanje i najznačajnijih programa podrške razvoju preduzetništva, posebna pažnja će biti posvećena i značaju MSP sektora za privredni razvoj Evropske unije, kao i evropskom okviru preduzetničkih kompetencija usmerenog ka podsticanju preduzetničkih inicijativa.*

**Ključne reči:** *preduzetništvo, mala i srednja preduzeća, Evropska unija, Evropska komisija*

---

<sup>1</sup> Dr Biljana Stankov, predavač, Visoka poslovna škola strukovnih studija Novi Sad, Vladimira Perića Valtera 4, Novi Sad, Republika Srbija, E-mail: [bilja.l.stankov@gmail.com](mailto:bilja.l.stankov@gmail.com)

<sup>2</sup> Dr Milijana Roganović, predavač, Visoka poslovna škola strukovnih studija Novi Sad, Vladimira Perića Valtera 4, Novi Sad, Republika Srbija, E-mail: [milijanadjordjevic@gmail.com](mailto:milijanadjordjevic@gmail.com)

## Uvod

Mala i srednja preduzeća (MSP) ostvaruju visok stepen zastupljenosti u Evropskoj uniji i zauzimaju veoma značajno mesto u celokupnoj evropskoj privredi. Prema podacima Evropske komisije preduzetničkoj aktivnosti u Evropi se pridaje velik značaj jer upravo ona čini čak 17% svih ekonomskih aktivnosti stanovnika starijih od 15 godina. Mala i srednja preduzeća u Evropskoj uniji predstavljaju svojstven izvor novih radnih mesta i pružaju značajnu podršku zaposlenosti. Procenjuje se da MSP čine i do 99% preduzeća Evropske unije, da obuhvataju blizu 100 miliona ljudi, odnosno da u ukupnoj zaposlenosti Evropske unije učestvuju sa čak 67%. Clark (2021) navodi da je samo u Nemačkoj u MSP sektoru zaposleno 18,5 miliona ljudi i da je čak 6,8 miliona ljudi zaposleno u malim preduzećima (do 50 zaposlenih). Posmatrajući u tom kontekstu, može se zaključiti da MSP pružaju nezamenljiv doprinos uvećanju vrednosti evropskog BDP-a i da učestvuju u stvaranju dodate vrednosti u okviru gotovo svih privrednih sektora. Pored doprinosa ekonomskom rastu i zaposlenosti, značaj malih i srednjih preduzeća se ogleda i u podsticanju inovativnosti i stvaranju socijalne kohezije u Evropskoj uniji.

Mala i srednja preduzeća se smatraju jednim od najbrže rastućih sektora međunarodne trgovine koji doprinosi ekonomskom rastu na globalnom nivou. Prema prethodnim istraživanjima oko polovine globalnog BDP-a stvaraju upravo ova preduzeća, dok je njihovo učešće u globalnoj zaposlenosti oko 60%. Prema istraživanju Clark (2021) prosečan priverdni doprinos malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji je na nivou od 56%. Na Malti recimo, oko 93% dodate vrednosti stvaraju mala i srednja preduzeća, dok je u Nemačkoj taj doprinos na nivou od 82%. Jedinstveno evropsko tržište obuhvata više od 500 miliona potrošača, te u tom smislu pruža i brojne mogućnosti za trgovinu unutar Evropske unije. Prema podacima koje obezbeđuje Eurostat MSP ostvaruju učešće od 46% u ukupnom uvozu robe u Evropsku uniju, odnosno od 37% u ukupnom izvozu robe iz Evropske unije. Tokom 2019. godine, čak 99% preduzeća koja su se bavila uvozom, odnosno 98% preduzeća koja su se bavila izvozom, u ukupnoj trgovini (unutar Evropske unije i van nje) bila su upravo mala i

srednja preduzeća. Evropska unija pridaje posebnu važnost razvoju i unapređenju MSP sektora, kao i pružanju podrške ovim preduzećima. Nova strategija razvoja malih i srednjih preduzeća se usmerava ka održivosti i digitalizaciji, uz znatno povećanje broja ovih preduzeća koja bi se bavila održivim poslovnim praksama i u poslovanju primenjivala savremene digitalne tehnologije.

Predmet istraživanja ovog rada jeste podrška Evropske unije usmerena ka razvoju i unapređenju poslovanja malih i srednjih preduzeća. Cilj rada se odnosi na isticanje načina definisanja ovih preduzeća kao veoma značajnog faktora koji opredeljuje pristup finansijskim sredstvima i različitim programima podrške koje Evropska unija usmerava ka MSP sektoru. Ključni faktori na osnovu kojih Evropska unija klasifikuje preduzeća, pa time i određuje pripadnost grupi malih i srednjih preduzeća, jesu broj zaposlenih, vrednost godišnjeg prometa i vrednost bilansa stanja. Evropska komisija je zadužena za praćenje implementacije definicije malih i srednjih preduzeća i njeno revidiranje u određenim intervalima.

Prema kriterijumima Evropske komisije mala i srednja preduzeća su ona koja zapošljavaju manje od 250 radnika, ostvaruju godišnji promet do 50 miliona evra, odnosno čija vrednost bilansa stanja dostiže iznos do 43 miliona evra. Pored navedenog, posebna pažnja će biti posvećena ulozi Evropske komisije u ovom procesu, odnosno aktivnostima koje ona preduzima u smislu podrške razvoju MSP i povećanja konkurentnosti Evropske unije kao najatraktivnijeg mesta za pokretanje malog biznisa. Prioriteti na koje je orijentisana Evropska komisija podrazumevaju promociju samog preduzetništva i razvoj preduzetničkih veština, unapređenje potencijala rasta malih i srednjih preduzeća i olakšanje pristupa različitim tržištima, pojednostavljivanje birokratskih procedura i jačanje dijaloga sa zainteresovanim učesnicima.

### **Hronologija razvoja kriterijuma za definisanje malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji**

Definicija malih i srednjih preduzeća predstavlja jednu od vodećih determinanti u procesu pružanja podrške i odobravanja finansijske pomoći od strane Evropske unije. Dannreuther (2007) naglašava

da je jedan od izvora neefikasnosti politika usmerenih ka sektoru malih i srednjih preduzeća upravo njihova neprecizna definicija, te u tom kontekstu, Wapshott (2018) ističe da će upravo jasna i nedvosmislena definicija MSP pružiti mogućnost kreatorima javnih politika da definišu odgovarajuće mere podrške i pomoći, koje će zatim biti i adekvatno implementirane.

Države članice Evropske unije podržavaju definiciju malih i srednjih preduzeća koja pruža mogućnost najvećem broju njihovih nacionalnih kompanija da apliciraju u okviru različitih programa podrške i ostvare koristi u smislu povećanja poslovne konkurentnosti. Pojedini autori ističu da se definicija malih i srednjih preduzeća mora različito tumačiti i, prema tome, uskladiti sa karakteristikama privrednog sektora u okviru kog se mere podrške i podsticaja trebaju primeniti. U tom kontekstu, Dannreuther (2007) naglašava da se pri definisanju malih i srednjih preduzeća ističe različitost u stavovima radničkih sindikata, stranih investitora, bankarskog sektora i regulatornih tela. Kriterijumi na kojima se zasnivaju definicije ovih preduzeća su pretežno kvantitativne prirode i zasnivaju se na broju zaposlenih, jer bi se, kvalitativni kriterijumi veoma teško mogli izmeriti.

Definisanje MSP u Evropskoj uniji prošlo je kroz različite faze koje su posebno obeležene aktivnostima Evropske komisije u smislu donošenja preporuke 96/280/CE iz 1996. godine, zatim preporuke 2003/361/CE iz 2003. godine i realizacije programa "Inicijalna procena uticaja" (eng. Initial Impact Assessment) iz 2017. godine.

Na osnovu preporuke Evropske komisije iz 1996. godine (eng. Recommendation 96/280/CE of the European Commission) sledeća četiri kriterijuma se smatraju ključnim pri definisanju malih i srednjih preduzeća: a) broj zaposlenih; b) vrednost godišnjeg prometa; c) godišnja vrednost bilansa stanja; d) kriterijum nezavisnosti. Kriterijum nezavisnosti se odnosi na preduzeća koja samostalno ili zajedno sa drugim preduzećima ne mogu da ostvare učešće od barem 25% (ili više) u vrednosti kapitala i, prema tome, ne ispunjavaju ostale kriterijume na kojima se zasniva definicija malih i srednjih preduzeća. U okviru ove preporuke Evropske komisije broj zaposlenih se ističe kao jedan od



najznačajnijih kriterijuma pri kategorizovanju preduzeća i naziva se "imperativni kriterijum".

U skladu sa odredbama preporuke preduzeća se kategorizuju u okviru dve grupe: mala preduzeća i srednja preduzeća. Mala preduzeća su ona koja imaju do 50 zaposlenih, koja ostvaruju godišnji promet u vrednosti do 7 miliona evra i čija godišnja vrednost bilansa stanja ne prelazi 5 miliona evra. U slučaju preduzeća srednje veličine broj zaposlenih ne prelazi 250, vrednost godišnjeg prometa može dostići do 40 miliona evra, a bilans stanja beleži vrednost do 27 miliona evra (Tabela 1).

**Tabela 1.** Kriterijumi za klasifikaciju malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji prema preporuci Evropske komisije iz 1996. godine

Vrsta preduzeća	Broj zaposlenih	Vrednost godišnjeg prometa u mil. €	Vrednost bilansa stanja u mil. €
Srednje preduzeće	<250	≤40	≤27
Malo preduzeće	<50	≤7	≤5

*Izvor:* European Commission. 2021. Annual Report on European SMEs 2020/2021. Brussels: European Commission Directorate A Strategy & economic analysis.

Evropska komisija je 2003. godine načinila prve korake ka unapređenju i prilagođavanju prethodne definicije malih i srednjih preduzeća promenama poslovnog okruženja. Maja 2003. godine je usvojena Preporuka Evropske komisije (eng. Recommendation 2003/361/CE of the European Commission), koja je stupila na snagu 2005. godine. U odnosu na prethodnu preporuku iz 1996. godine, Evropska komisija je sada istakla da pre određivanja pripadnosti preduzeća jednoj od grupa (mikro, malo ili srednje preduzeće) moraju biti ispunjeni odgovarajući kvalitativni preduslovi. Prema preporuci Evropske komisije iz 2003. godine preduzećem se smatra svaki subjekt koji obavlja privrednu delatnost, bez obzira na pravni oblik njegovog organizovanja. Preduzećem se smatraju i jednopersonalna i porodična preduzeća koja se bave zanatskim i sličnim poslovima, kao i udružena

preduzeća koja ispunjavaju uslov redovnog obavljanja privrednih aktivnosti. U okviru preporuke se takođe ističe i to da se preduzećem smatra svaki pravni subjekt koji se bavi proizvodnjom dobara i/ili pružanjem usluga i pri tom ostvaruje određene koristi koje su produkt autonomije u donošenju pojedinih poslovnih odluka, pre svega odluka vezanih za alokaciju potrebnih resursa. U ovom kontekstu, preduzeće može obavljati jednu ili više privrednih aktivnosti i poslovati na jednoj ili više lokacija. Pošto se zadovolje opisani kvalitativni uslovi, preduzeće se dalje kategorizuje u odgovarajuću grupu (mikro, malo ili srednje preduzeće), na osnovu preostala tri kvantitativna kriterijuma (broj zaposlenih, vrednost godišnjeg prometa i vrednost bilansa stanja) (Tabela 2).

**Tabela 2.** Kriterijumi za klasifikaciju malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji prema preporuci Evropske komisije iz 2003. godine

Vrsta preduzeća	Broj zaposlenih	Vrednost godišnjeg prometa u mil. €	Vrednost bilansa stanja u mil. €
Srednje preduzeće	<250	≤50	≤43
Malo preduzeće	<50	≤10	≤10
Mikro preduzeće	<10	≤2	≤2

*Izvor:* European Commission. 2021. Annual Report on European SMEs 2020/2021. Brussels: European Commission Directorate A Strategy & economic analysis.

Navedeni kvantitativni kriterijumi se primenjuju samo u slučaju klasifikacije pojedinačnih preduzeća. Ukoliko bi predmet klasifikacije bilo preduzeće koje je deo neke veće grupacije tada bi se u obzir morali uzeti podaci koji se odnose na čitavu grupu.

Preporuka Evropske komisije o definisanju malih i srednjih preduzeća iz 2003. godine donosi određene izmene i novine. Uvodi se kategorija mikro preduzeća koja zapošljavaju do 10 radnika, ostvaruju godišnji promet u vrednosti do 2 miliona evra, a godišnja vrednost bilansa stanja u njihovom slučaju ne prelazi 2 miliona evra. Broj zaposlenih kao kvantitativni kriterijum definisanja malih i srednjih preduzeća nije promenjen u odnosu na preporuku

Evropske komisije iz 1996. godine. Vrednost godišnjeg prometa je uvećana i sada iznosi do 10 miliona evra (7 miliona evra u 1996. godini) za mala preduzeća, odnosno do 50 miliona evra za preduzeća srednje veličine (40 miliona evra u 1996. godini). Promene su izvršene i u okviru godišnje vrednosti bilansne sume, te prema preporuci iz 2003. godine ova vrednost iznosi do 10 miliona evra (5 miliona evra u 1996. godini) za mala preduzeća, odnosno do 43 miliona evra (27 miliona evra u 1996. godini) u slučaju preduzeća srednje veličine.

Tokom 2017. godine Evropska komisija izražava spremnost za otpočinjanjem konsultativnih aktivnosti radi promene evropske definicije malih i srednjih preduzeća. U okviru programa „inicijalne procene uticaja“ (eng. Initial Impact Assessment) predlaže se revizija definicije, koja se primenjivala na osnovu preporuke iz 2003. godine. Ključne promene su se odnosile na konstruisanje efikasnog alata koji bi poslužio ispravnom identifikovanju onih preduzeća kojima je zaista neophodna finansijska pomoć i podrška. Nova definicija se temelji na dve osnovne poluge, finansijskoj i pravnoj. Predlaže se sprovođenje procene i ponovnog određivanja finansijskih vrednosti, koje se primenjuju kao kriterijumi kategorizacije preduzeća, usled rasta inflacije od 2003. godine pa nadalje. Na ovaj način, mnoga mala i srednja preduzeća ne bi više želela da "odrastu" jer bi tada ostala bez mnogih beneficija koje im trenutni položaj obezbeđuje. Pored finansijskog aspekta, novom definicijom bi trebalo jasnije ustanoviti i pravne koncepte kako bi se sprečilo samostalno i slobodno tumačenje od strane preduzeća. Međutim, prag od 250 zaposlenih i dalje nije podložan promenama, jer je nekoliko prethodnih studija već ukazalo na to da ga ne treba podizati na viši nivo (Center for Strategy & Evaluation Services, 2012).

Prema Tewari, Skilling, Kumar i Wu (2013) u postojećim definicijama malih i srednjih preduzeća, pripadnost određenom poslovnom sektoru je jedan od parametara koji sve više dolazi do izražaja pored broja zaposlenih, vrednosti godišnjeg prometa i bilansa stanja. Na primer, SAD, Kina, Kanada i Japan primenjuju sektorsku definiciju malih i srednjih preduzeća. U skladu sa navedenim, Evropska komisija takođe navodi da je jedan od ciljeva

revizije prethodne definicije upravo uzimanje u obzir specifičnosti određenih sektora privrede i, prema tome, posebnosti malih i srednjih preduzeća koja u okviru njih posluju.

U narednoj tabeli je dat uporedni prikaz kriterijuma za klasifikaciju malih i srednjih preduzeća koje primenjuju Evropska komisija, Svetska banka i Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD).

**Tabela 3.** Kriterijumi za klasifikaciju malih i srednjih preduzeća prema gledištima Evropske komisije, Svetske banke i Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD)

Vrsta preduzeća	Kretirijum	Evropska komisija	Svetska banka	OECD
<b>Preduzeće srednje veličine</b>	<i>Broj zaposlenih</i>	<250	< 300	<250
	<i>Vrednost godišnjeg prometa u mil. €</i>	<50	<15	-
	<i>Vrednost bilansa stanja u mil. €</i>	<43	<15	-
<b>Malo preduzeće</b>	<i>Broj zaposlenih</i>	<50	<50	<50
	<i>Vrednost godišnjeg prometa u mil. €</i>	<10	<10	-
	<i>Vrednost bilansa stanja u mil. €</i>	<10	<10	-
<b>Mikro preduzeće</b>	<i>Broj zaposlenih</i>	<10	<10	<10
	<i>Vrednost godišnjeg prometa u mil. €</i>	<2	<3	-
	<i>Vrednost bilansa stanja u mil. €</i>	<2	<3	-

*Izvor: El Madani A. (2018). SME policy: Comparative analysis of SME definitions. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8(8), 100-111.*

Poređenjem kvantitativnih kriterijuma kojima se Evropska komisija služi pri određivanju pripadnosti preduzeća kategorijama mikro, malih i srednjih preduzeća, sa onima koje primenjuje Svetska banka, značajne razlike se primećuju kada je reč o preduzećima srednje veličine. Naime, broj zaposlenih ne odstupa značajno, ali su evidentne razlike prisutne u vrednosti godišnjeg

prometa (do 50 miliona evra prema Evropskoj komisiji, odnosno do 15 miliona evra prema Svetskoj banci) i vrednosti bilansa stanja (do 43 miliona evra prema Evropskoj komisiji, odnosno do 15 miliona evra prema Svetskoj banci). U slučaju definisanja malih preduzeća stavovi su ujednačeni, dok se kod kategorije mikro preduzeća takođe primećuju razlike u finansijskim pokazateljima. OECD pri kategorizovanju preduzeća u obzir uzima samo kvantitativni aspekt koji se odnosi na broj zaposlenih i u tom smislu se poistovećuje sa merilima Evropske komisije.

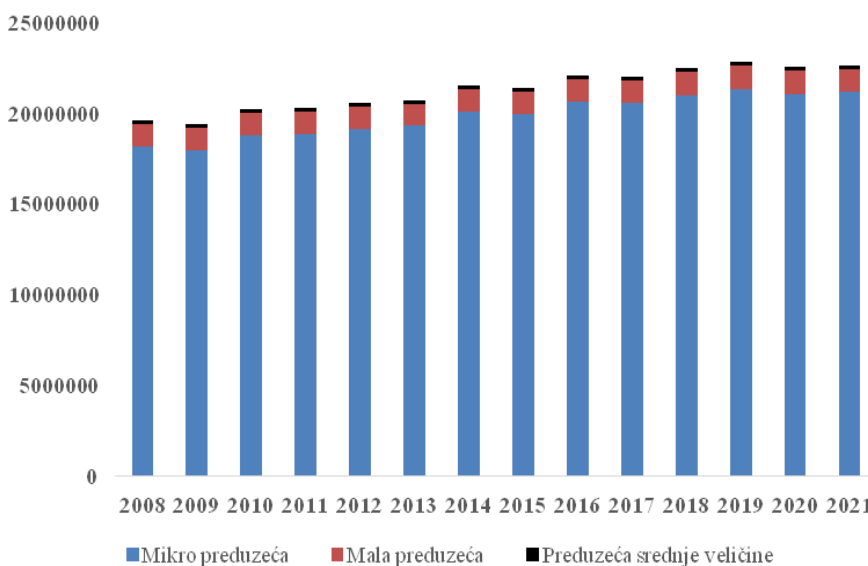
### **Značaj malih i srednjih preduzeća za privredni rast i razvoj Evropske unije**

De Man, Munters & Max (2016) i kasnije Dvouletý & Lukeš (2017) su hronološki opisali istorijski razvoj preduzetničkog okvira i politika za mala i srednja preduzeća u Evropskoj uniji. Prekretnicama se smatraju proglašenje preduzetničke, inovativne i otvorene Evrope u Lisabonskoj agendi 2000 (Grimm, 2011), zatim objavljivanje Zelene knjige o preduzetništvu od strane Evropske komisije (European Commission, 2003a, b), ustanovljavanje definicije malih i srednjih preduzeća prema preporuci Evropske komisije iz 2003. godine i primena Zakona o malim preduzećima kao i principa „misli prvo na male“.

Često se može čuti da upravo mala i srednja preduzeća čine okosnicu evropske privrede. Zapošljavaju skoro 100 miliona ljudi, odnosno 65% radne snage Evropske unije je zaposleno u ovim preduzećima, značajno doprinose vrednosti evropskog BDP, kao i stvaranju dodate vrednosti u svakom sektoru privrede. Brojni autori ističu da mala i srednja preduzeća predstavljaju najbrže rastući sektor međunarodne trgovine, da značajno doprinose ekonomskom rastu sa učešćem od oko 50% u globalnom BDP i 60% u globalnoj zaposlenosti (Bamiatzi & Kirchmaier, 2014; Gerlach-Kristen, O'Connell & O'Toole, 2015; Kushnir, Mirmulstein & Ramalho, 2010). Dvouletý (2018, p. 411) ističe da upravo preduzetnička aktivnost u Evropi predstavlja 17% svih ekonomskih aktivnosti stanovnika starosti od 15 do 64 godine. Sa više od 500 miliona potrošača, jedinstveno evropsko tržište pruža brojne mogućnosti za trgovinu unutar Evropske unije.

Mala i srednja preduzeća se suočavaju sa mnogim problemima, posebno u pogledu pristupa informacijama (Harvie & Lee, 2005), i tehnološke sofisticiranosti (Gibson & Van Der Vaart, 2008). U početnim fazama razvoja, svakako im najviše problema stvara otežan pristup izvorima finansiranja. Jedan od ciljeva Evropske komisije se odnosi na uspostavljanje stabilnog regulatornog okvira čijom primenom bi se stimulisalo slobodno kretanje proizvoda i usluga i pružila mogućnost malim i srednjim preduzećima da iskoriste sve prednosti koje im obezbeđuje njihov položaj.

**Grafikon 1.** Broj malih i srednjih preduzeća u EU-27 u periodu od 2008. do 2021. godine



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

Od 2008. godine pa nadalje u nefinansijskom poslovnim sektoru Evropske unije prevlađuju mikro preduzeća koja zapošljavaju do 10 radnika (Grafikon 1). Jednopersonalna i porodična preduzeća su veoma atraktivan oblik preduzetništva u Evropi. U kretanju broja malih preduzeća nisu primećene značajne oscilacije tokom posmatranog perioda, dok su preduzeća srednje veličine

ostvarivala najniže učešće. Recimo, samo tokom 2020. godine u Evropskoj uniji je u okviru nefinansijskog poslovnog sektora funkcionisalo svega 199.362 preduzeća srednje veličine, nasuprot 21.044.844 mikro preduzeća (93% svih malih i srednjih preduzeća).

Slična kretanja se mogu zapaziti i tokom 2020. godine kada su mala i srednja preduzeća činila 99,8% svih preduzeća u okviru nefinansijskog poslovnog sektora, odnosno samo mikro preduzeća su ostvarila učešće od 93,3%.

**Tabela 4.** Broj preduzeća, ostvarena dodata vrednost i zaposlenost u EU-27 tokom 2020. godine.

	Vrsta preduzeća				
	Mikro	Mala	Srednja	MSP ukupno	Velika
<b>Brojnost preduzeća</b>					
Broj	21.044.884	1.282.211	199.362	22.526.457	40.843
%	93,3	5,7	0,9	<b>99,8</b>	0,2
<b>Dodata vrednost</b>					
u mil. €	1.179.476	1.071.196	1.087.613	3.338.286	2.956.544
%	18,7	17,0	17,3	<b>53,0</b>	47,0
<b>Zaposlenost</b>					
Broj	36.988.539	25.313.006	20.130.548	82.432.093	44.358.284
%	29,2	20,0	15,9	<b>65,0</b>	35,0

Izvor: Statistical office of the European Union, Eurostat (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

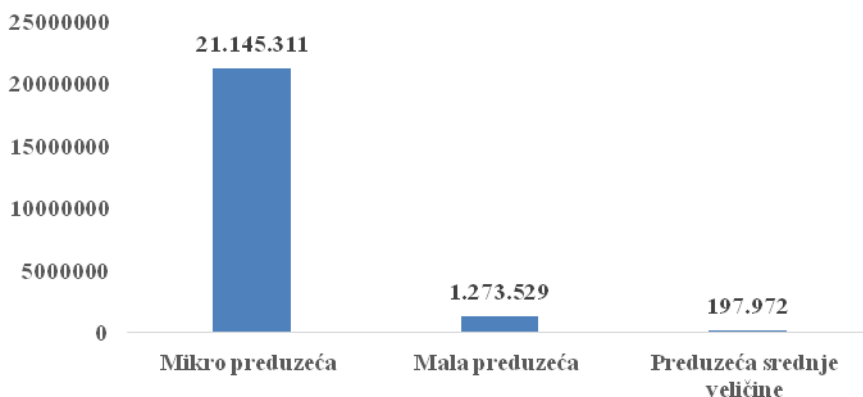
U slučaju brojnosti preduzeća u Evropskoj uniji tokom 2020. godine mala i srednja preduzeća, na čelu sa mikro preduzećima, svakako zauzimaju vodeće mesto. Situacija je drugačija kada se preduzeća posmatraju prema učešću u ukupnoj dodatoj vrednosti nefinansijskog poslovnog sektora i doprinosu ukupnoj zaposlenosti. Posmatrajući sva mala i srednja preduzeća može se primetiti da je njihovo ukupno učešće u dodatoj vrednosti na nivou od 53% i da je doprinos pojedinih kategorija preduzeća skoro pa ujednačen. Sa druge strane, velika preduzeća (više od 250

zaposlenih) su učestvovala u stvaranju 47% ukupne dodate vrednosti. U nefinansijskom poslovnom sektoru Evropske unije čak 65% ukupne radne snage čine zaposleni u malim i srednjim preduzećima (29,2% čine zaposleni u u mikro preduzećima).

Tokom 2021. godine broj malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji je povećan za oko 90.000 u odnosu na prethodnu godinu, a mikro preduzeća i dalje ostvaruju dominantno učešće.

Mala i srednja preduzeća predstavljaju i svojstven izvor inovacija. Inicijatori su mnogih inovativnih rešenja, kao odgovora na razne izazove globalnog sveta, kao što su klimatske promene, efikasna upotreba resursa i socijalna kohezija.

**Grafikon 2.** Broj preduzeća u EU-27 tokom 2021. godine.



*Izvor:* Statistical office of the European Union, Eurostat, (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Ova preduzeća ostvaruju i zapaženu ulogu i u procesu širenja inovacija u čitavom evropskom regionu. Sudeći prema mnogobrojnim prednostima malih i srednjih preduzeća, u izveštajima Evropske komisije se često navodi da su upravo ova preduzeća veoma značajna za realizaciju tranzicije Evropske unije ka održivoj i digitalnoj ekonomiji.

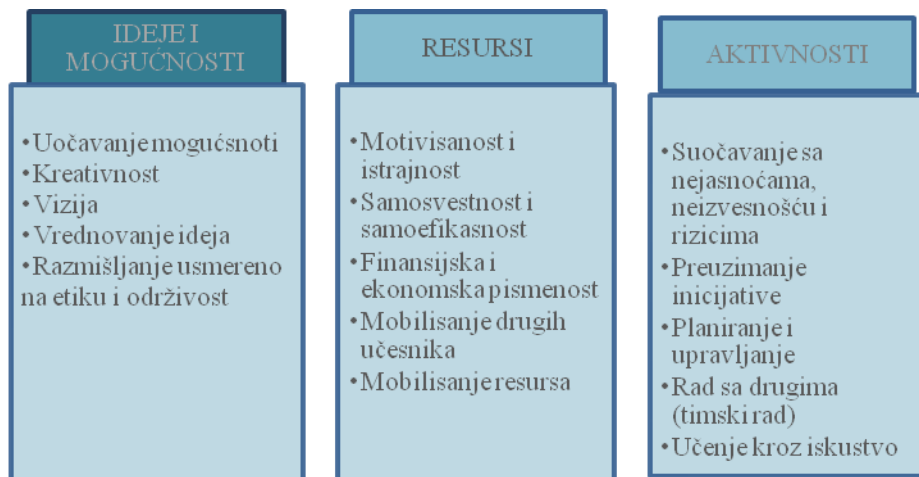


## **Evropski okvir preduzetničkih kompetencija i unapređenje preduzetništva**

Evropska komisija je 2016. godine uspostavila Evropski okvir preduzetničkih kompetencija (eng. The European Entrepreneurship Competence Framework) kako bi podržala i podstakla realizaciju aktivnosti za unapređenje preduzetničkih kapaciteta građana i organizacija u Evropskoj uniji. S obzirom na to da u ukupnoj zaposlenosti u Evropskoj uniji, mala i srednja preduzeća učestvuju sa čak 67% (Bergner, Bräutigam, Evers & Spengel, 2017), značaj ovog okvira još više dolazi do izražaja. On ističe da bi svaki građanin Evropske unije trebao da dobije priliku da razvija svoje preduzetničke kompetencije, ali da istovremeno mora posedovati odgovarajuća znanja i veštine svojstvene preduzetniku i podržavati preduzetničke stavove.

Jedan od ključnih ciljeva implementacije Evropskog okvira preduzetničkih kompetencija se odnosi na realizaciju preduzetničkog obrazovanja. Ovoj vrsti obrazovanja posebnu pažnju treba posvetiti već u okviru osnovnog obrazovanja (viši razredi), a svakako na nivou srednjoškolskog i visokog obrazovanja. Poseban akcenat bi se pri tom trebao staviti na primenu stečenog znanja u konkretnom poslovnom okruženju. Podizanju nivoa preduzetničkog znanja i veština treba posvetiti pažnju i u okviru različitih inicijativa lokalnih zajednica, kao i na radnim mestima. U tom kontekstu se naglašava da je preduzetnička kompetencija prepoznata kao „kompetencija za život“ koja je relevantna za lični razvoj, napredovanje u poslu i pokretanje novih preduzetničkih poduhvata.

## Ilustracija 1. Evropski okvir preduzetničkih kompetencija *EntreComp*



Izvor: Competence areas and learning progress | EU Science Hub (europa.eu)

EntreComp okvir se temelji na 15 ključnih preduzetničkih kompetencija koje su raspoređene u okviru tri grupe: ideje i mogućnosti, resursi i aktivnosti. Posebna vrednost okvira se ogleda u tome što se navedene kompetencije ne dovode u direktnu vezu sa osnivanjem novog preduzeća i pokretanjem poslovanja, već sa preduzetničkim načinom razmišljanja uopšte. Kreativnosti i inovativnosti, koje se ispoljavaju u procesima pronalazačenja novih načina obavljanja određenih poslovnih aktivnosti, se pridaje poseban značaj kako pri trenutnom napretku poslovne karijere, tako i pri kreiranju novih poslovnih ideja. EntreComp okvir pruža sveobuhvatan opis znanja, veština i stavova koji karakterišu preduzetnike i pružaju mogućnost pojedincima da stvore finansijsku, kulturnu i društvenu vrednost, kako za sebe tako i za druge.

Cilj primene ovog okvira jeste da se aktivnosti podrške i podsticanja razvoja preduzetništva realizuju u različitim zemljama, regionima i gradovima, kako bi se razmenila iskustva i prezentovale pozitivne poslovne prakse. Akcenat bi se pri tom stavio na one prakse koje su ispoljile visok stepen uspešnosti u

procesu kreiranja koherentne metodologije za podršku razvoju preduzetničkog načina razmišljanja na svim nivoima. EntreComp okvir se efiksano primenjuje u nastavnom procesu kako bi se ishodi preduzetničkog učenja prilagodili specifičnom kontekstu, odnosno određenim korisnicima (npr. studenti, preduzetnici, kreatori politika i sl). Pored toga, njegova primena je veoma značajna i u neformalnom kontekstu, s obzirom na to da on pomaže pojedincima da jednostavno prepoznaju i ispravno procene sopstvene preduzetničke kompetencije.

### **Učešće Evropske komisije u procesu pružanja podrške i podsticanja razvoja malih i srednjih preduzeća**

U prethodnom izlaganju je istaknuta važnost ispravnog i preciznog definisanja malih i srednjih preduzeća uz uvažavanje određenih kvantitativnih i kvalitativnih kriterijuma. Pošto zadovolje navedene kriterijume, mala i srednja preduzeća postaju kvalifikovana za dobijanje podrške i pomoći u okviru različitih programa Evropske unije. Pomoć se najčešće odnosi na finansiranje istraživanja, unapređenja konkurentnosti i razvoja inovacija. Kako bi dodatno podstakla razvoj malih i srednjih preduzeća Evropska unija se trudi da obavezne zahteve svede na najmanju moguću meru, kao i da smanji administrativne naknade za usklađivanje sa evropskim vrednostima. U tom kontesktu, Dizdarević (2021) ističe da zemlje Evropske unije upravo i nastoje da iskoriste potencijale malih i srednjih preduzeća kroz niz različitih programa i podsticaja za razvoj preduzetničke kreativnosti i inovativnosti.

Specijalni izaslanik Evropske unije za mala i srednja preduzeća, u saradnji sa nacionalnim predstavnicima, vodi računa o sigurnosti sprovođenja strategije i poštovanju primene principa „prvo se misli na male“ u svim politikama Evropske unije. Preduzetnička politika Evropske unije se, između ostalog, zasniva i na pružanju podrške malim i srednjim preduzećima u pojedinim fazama njihovog životnog veka, uz promociju i podsticanje preduzetničkog obrazovanja na svim nivoima. Posebna pažnja se usmerava ka podsticanju specifičnih gupa, koje inače poseduju preduzetnički potencijal, da realizuju svoju preduzetničku ideju (npr. žensko ili porodično preduzetništvo).

Evropska komisija pruža podršku malim i srednjim preduzećima i podstiče njihov razvoj putem različitih paketa mera. Na zvaničnoj internet stranici Evropske komisije dostupne su detaljne informacije o svim programima (Tabela 5).

**Tabela 5.** Programi Evropske komisije za podršku i pomoć malim i srednjim preduzećima u Evropskoj uniji

<b>Program za konkurentnost malih i srednjih preduzeća</b> <b><i>COSME - Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs</i></b>
<p>Program COSME je orijentisan ka unapređenju konkurentnosti malih i srednjih preduzeća putem obezbeđenja lakšeg pristupa izvorima finansiranja, podrške internacionalizaciji i pristupu stranim tržištima, stvaranja konkurentnog poslovnog okruženja i podsticanja razvoja kulture preduzetništva.</p>
<b>Vaš evropski poslovni portal</b> <b><i>The Your Europe Business Portal</i></b>
<p>Praktični vodič za poslovanje u Evropi koji pruža korisne informacije preduzetnicima koji žele da započnu poslovanje van tržišta matične zemlje, odnosno na drugim tržištima zemalja članica Evropske unije.</p>
<b>Evropska mreža preduzetništva</b> <b><i>The Enterprise Europe Network</i></b>
<p>Predstavlja najveću svetsku mrežu podrške malim i srednjim preduzećima orijentisanu ka pružanju pomoći u inoviranju i širenju poslovanja na međunarodnom tržištu. Putem ove mreže, mala i srednja preduzeća i preduzetnici jednostavnije dolaze do potrebnih tržišnih informacija, lakše prevazilaze pravne i administrativne prepreke i efikasnije pronalaze poslovne partnere širom Evrope.</p>
<b>Portal za internacionalizaciju malih i srednjih preduzeća</b> <b><i>The SME Internationalisation Support</i></b>
<p>Pružuje informacije o stranim tržištima i pomaže evropskim preduzetnicima da internacionalizuju svoje poslovanje izvan Evrope.</p>
<b>Jedinstveni portal o pristupu finansijama</b> <b><i>The Single Portal on Access to Finance</i></b>
<p>Obezbeđuje podršku i pomoć malim i srednjim preduzećima u pronalaženju odgovarajućih izvora finansiranja koje pruža Evropska unija.</p>
<b>Evropska platforma za saradnju klastera</b> <b><i>The European Cluster Collaboration Platform</i></b>
<p>Pružuje podršku pri umrežavanju kalstera iz različitih privrednih sektora, kao i pomoć pri uspostavljanju međunarodne saradnje i povezivanju</p>

najsupešnijih klastera. Takođe, obezbeđuje i dinamičko mapiranje preko 1000 profilisanih klaster organizacija širom sveta i podržava pojavu novih lanaca vrednosti kroz međusektorsku saradnju.

**Erazmus za mlade preduzetnike**  
***Erasmus for Young Entrepreneurs***

Predstavlja program prekogranične razmene koji novim, potencijalnim preduzetnicima, ili preduzetnicima koji su pokrenuli sopstveno poslovanje tokom protekle tri godine, pruža priliku da uče od iskusnih preduzetnika, koji posluju u nekoj drugoj zemlji učesnici programa, i pri tom steknu korisna znanja i veštine.

**The SME Assembly**  
**Skupština malih i srednjih preduzeća**

Predstavlja svakako najznačajniji događaj za mala i srednja preduzeća u Evropi, održava se jednom godišnje kao završni događaj evropske nedelje malih i srednjih preduzeća. Skupštini prisustvuju predstavnici Evropske komisije, predstavnici zemalja članica Evropske unije, naučni radnici i evropske i nacionalne asocijacije preduzetnika i raspravljaju o ključnim pitanjima koja se tiču politike Evropske unije o malim i srednjim preduzećima.

*Izvor:* European Commission. *Entrepreneurship and SMEs.*  
[https://ec.europa.eu/growth/smes\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes_en)

### **Evropska nedelja malih i srednjih preduzeća**

Evropska nedelja malih i srednjih preduzeća (eng. *European SME week*) je panevropski događaj koji organizuje Evropska komisija sa ciljem promovisanja preduzetništva u Evropi. Na taj način se preduzetnicima pruža pomoć u pronalaženju informacija o različitim oblicima podrške koji su im na raspolaganju, uz istovremeno podsticanje potencijalnih preduzetnika da se opredele za pokretanje sopstvenog biznisa. U okviru Evropske nedelje malih i srednjih preduzeća se zapravo tokom čitave godine održavaju različiti tematski događaji u skoro 40 zemalja učesnica, a većina evropskih i međunarodnih događaja se održava u Briselu. Završni događaj se organizuje svake jeseni, kada se održava i godišnja Skupština malih i srednjih preduzeća, kao i svečanost povodom dodele evropskih nagrada za unapređenje i razvoj preduzetništva. U svim aktivnostima mogu učestvovati postojeći i potencijalni preduzetnici, poslovne organizacije, institucije koje pružaju

podršku poslovanju malih i srednjih preduzeća, zatim predstavnici vlasti nadležni za SME sektor, obrazovne institucije i svi ostali zainteresovani učesnici. Pored toga što se pojavljuju kao učesnici, preduzetnici mogu biti i organizatori različitih događaja. Evropska nedelja malih i srednjih preduzeća je takođe i jedinstvena prilika za sve one organizacije koje se bave pružanjem usluga poslovne podrške da te usluge promovišu brojnim preduzetnicima u Evropi.

### **Evropski sistem standardizacije u sektoru malih i srednjih preduzeća**

Primenom različitih mera, Evropska unija konstantno podržava učešće malih i srednjih preduzeća u procesu standardizacije, podstiče informisanost o važnosti ovog pitanja i potrebu za standardizacijom ističe kao neophodnost. Standardizacija pruža višestruke koristi malim i srednjim preduzećima u Evropskoj uniji jer, između ostalog, doprinosi smanjenju troškova, poboljšanju inovativnih kapaciteta i unapređenju konkurentnosti. Pored toga, standardizacija će doprineti uklanjanju trgovinskih barijera, smanjenju transakcionih troškova i jednostavnijem pristupu različitim tržištima. S obzirom na to da je jedan od vodećih ciljeva poslovanja malih i srednjih preduzeća Evropske unije upravo internacionalizacija sopstvenog poslovanja, značaj standardizacije proizvoda i procesa još više dolazi do izražaja.

Evropska komisija će preduzimati različite aktivnosti pomoći i podrške malim i srednjim preduzećima kako bi se osnažila njihova konkurentna pozicija pri pristupu na inostranim tržištima i pronalaženju novih poslovnih partnera u inostranstvu. Organizacija za standardizaciju malih i srednjih preduzeća (eng. Small Business Standards – SBS) je evropska, neprofitna organizacija osnovana uz podršku Evropske komisije. Ova organizacija učestvuje u procesu standardizacije posredstvom drugih evropskih organizacija za standardizaciju i pri tom je orijentisana na realizaciju sledećih aktivnosti: a) predstavlja i štiti interese malih i srednjih preduzeća u oblasti standardizacije, u Evropskoj uniji i na međunarodnom tržištu; b) edukuje predstavnike malih i srednjih preduzeća o

značaju i prednostima standardizacije; c) podstiče uključivanje većeg broja preduzetnika u proces standardizacije.

### **Zaključak**

Mala i srednja preduzeća zauzimaju veoma važno mesto u nefinansijskom poslovnom sektoru Evropske unije. Prema podacima Evropske komisije prezentovanim u godišnjem izveštaju o malim i srednjim preduzećima iz 2021. godine, više od 21 milion mikro preduzeća, malih preduzeća i preduzeća srednje veličine je aktivno poslovalo tokom 2020. godine u Evropskoj uniji. Od ukupnog broja preduzeća koja su poslovala u okviru nefinansijskog poslovnog sektora čak 99,8% su bila mala i srednja preduzeća. Ona su doprinela stvaranju 53% ukupne dodate vrednosti i obezbedila čak 65% svih radnih mesta. Veoma je važno napomenuti da je učešće mikro preduzeća, odnosno preduzeća koja maksimalno zapošljavaju do 10 radnika, bilo dominantno i iznosilo 93%.

Efekte pandemije COVID-19, kao i mere koje su preduzete kako bi se sprečilo dalje širenje virusa, su posebno ugrozile opstanak i/ili nastavak poslovanja brojnih malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji. Uslužni sektor je u tom kontekstu pretrpeo najveće gubitke, a kada je reč o malim i srednjim preduzećima to se odnosilo na usluge smeštaja i ishrane i usluge transporta i skladištenja. Tokom 2020. godine Evropska unija je preduzela niz mera kako bi upravo ovim preduzećima pomogla da reše probleme vezane za solventnost i time sprečila mogući prekid njihovog poslovanja. Međutim, regulatorna i administrativna opterećenja i dalje predstavljaju prepreke samostalnom pokretanju posla, dok se kao jedan od najčešćih problema u poslovanju malih i srednjih preduzeća navodi nemogućnost pristupa adekvatnim izvorima finansiranja.

Mere koje se trenutno sprovode u Evropskoj uniji, a usmerene su na promovisanje razvoja istraživačkih i inovativnih kompetencija malih i srednjih preduzeća, odnose se na unapređenje njihovih digitalnih veština. Od 2019. godine pa nadalje, mala i srednja preduzeća koja posluju u digitalnom sektoru su ostvarila veći doprinos ukupnoj dodatoj vrednosti i zaposlenosti nego preduzeća

u nedigitalnom sektoru. Brojni programi Evropske unije su već dali doprinos digitalizaciji poslovanja malih i srednjih preduzeća i smanjenju štetnih uticaja na životnu sredinu, a svakako će se nastaviti i sa sprovođenjem sličnih programa u budućem periodu. Pri razvoju novih programa digitalizacije malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji posebno treba voditi računa o tome da program bude dobro osmišljen i usmeren ka ciljnim grupama, da program bude prilagođen korisnicima u smislu jednostavnog prijavljivanja i realizovanja, zatim da se pojednostavi pristup izvorima finansiranja i omogući brza isplata odobrenih sredstava, kao i da se podstiče saradnja sa drugim poslovnim partnerima i zainteresovanim stranama.

Trenutno, jedna od osnovnih aktivnosti kojima se bavi Evropska komisija jeste kreiranje nove strategije razvoja malih i srednjih preduzeća koja bi, iznad svega, bila usmerena na održivost i digitalizaciju Evrope. Cilj ove strategije, između ostalog, jeste i znatno povećanje broja malih i srednjih preduzeća koja posluju prema principima održive poslovne prakse, kao i preduzeća koja koriste digitalne tehnologije. Pored toga, Evropska komisija preduzima i niz drugih aktivnosti u okviru programa podrške i podsticaja razvoja malih i srednjih preduzeća kao što su: smanjenje administrativnih opterećenja i poboljšanje pristupa tržištu, jednostavniji pristup izvorima finansiranja, podsticanje razvoja partnerstava između Unije i zemalja članica, posebni oblici podrške preduzetništvu, razvoj preduzetničke mreže i distribucija informacija za mala i srednja preduzeća. Evropska komisija je u okviru pomenute strategije predložila skup mera koje bi doprinele uklanjanju regulatornih i drugih barijera za poslovanje malih i srednjih preduzeća, a takođe i proširenju poslovanja na jedinstvenom evropskom tržištu i van njega. Radi uspešne realizacije strategije neophodno je uspostaviti, a zatim održavati i unapređivati, stabilne partnerske odnose između Evropske unije i zemalja članica, uz angažovanje predstavnika regionalnih i lokalnih vlasti.



## Literatura

1. Bamiatzi, V., C. & Kirchmaier, T. (2014). Strategies for superior performance under adverse conditions: A focus on small and medium-sized high-growth firms. *International Small Business Journal*, 32(3), 259-284.
2. Bergner, S., R., & Bräutigam, M., E., & Spengel, C. (2017). The use of SME tax incentives in the European Union. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, 17-006, 1-125.
3. Center for Strategy & Evaluation Services. (2012). *Evaluation of the SME Definition*. European Commission.
4. Clark, D. (2021). Number of SMEs in the European union 2008-2021, by size. <https://www.statista.com/statistics/878412/number-of-smes-in-europe-by-size/>
5. Dannreuther, C. (1999). Discrete dialogues and the legitimization of EU SME policy. *Journal of European Public Policy*, 6(3), 436-455.
6. Dannreuther, C. (2007). A Zeal for a Zeal? SME Policy and the Political Economy of the EU. *Comparative European Politics*, 5(4), 377-399.
7. Dizdarević, M. (2021). Poticanje razvoja malih i srednjih preduzeća u Evropskoj uniji. *Zbornik Radova Univerzitet Dzemal Bijedic u Mostaru, Ekonomski Fakultet*, 19(30).
8. Dvouletý, O. (2018). Determinants of self-employment with and without employees: empirical findings from Europe. *International Review of Entrepreneurship*, 16(3), 405-426.
9. Dvouletý, O., Srhoj, S., & Pantea, S. (2021). Public SME grants and firm performance in European Union: A systematic review of empirical evidence. *Small Business Economics*, 57(1), 243-263.
10. De Man, P., Munters, A., & Marx, A. (2016). *Entrepreneurship policy: a multi-dimensional and multi-level assessment*. Luxembourg: Office of the European Union.
11. Dvouletý, O., & Lukeš, M. (2016). Review of empirical studies on self-employment out of unemployment: do self-employment policies make a positive impact? *International Review of Entrepreneurship*, 14(3), 361-376.

12. European Commission. (2003a). *Green Paper on Entrepreneurship in Europe*. Retrieved from [http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download\\_en/entrepreneurship\\_europe.pdf](http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf)
13. European Commission. (2003b). *Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises*. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32003H0361>
14. Gibson, T., & Van der Vaart, H., J. (2008). *Defining SMEs: A less imperfect way of defining small and medium enterprises in developing countries*. Brookings Global Economy and Development.
15. Gerlach-Kristen, P., O'Connell, B., & O'Toole, C. (2015). Do Credit Constraints Affect SME Investment and Employment? *The Economic and Social Review*, 46(1), 51-86.
16. Grimm, H., M. (2011). The Lisbon agenda and entrepreneurship policy: governance implications from a German perspective. *Public Administration*, 89(4), 1526–1545.
17. Harvie, C., & Lee, B., C. (2005). Public policy and SME development. In *Sustaining growth and performance in East Asia: The role of small and medium sized enterprises* (Vol. 3). Edward Elgar Publishing.
18. Kushnir, K., M., Mirmulstein, L., & Ramalho, R. (2010). *Micro, small, and medium enterprises around the world: how many are there, and what affects the count*. Washington: World Bank/IFC MSME Country Indicators Analysis Note.
19. Tewari, P, S., Skilling, D., Kumar, P., & Wu, Z. (2013). *Competitive small and medium enterprises: A diagnostic to help design smart SME policy*. Knowledge Economy Study.
20. Wapshott, R. & Mallett, O. (2018). Small and medium-sized enterprise policy: Designed to fail? *Environment and Planning C: Politics and Space*, 36(4), 750-772.

## **PROVIDING SUPPORT AND ENCOURAGING THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE EUROPEAN UNION**

### ***Abstract***

*Small and medium-sized enterprises, especially those operating in the non-financial business sector, are given special importance in the European Union because they significantly contribute to the growth and development of the European economy, increase added value and annual turnover, and increase employment. The European Commission deals with providing support, assistance and incentives for the development of small and medium enterprises by taking various measures and implementing program activities. The aim of this paper is to highlight the way of defining these enterprises, as a very important factor that determines the access to finance and various support programs that the European Union directs to the SME sector. In addition to the chronological overview of the criteria for defining the most important programs to support the development of entrepreneurship, special attention will be paid to the importance of SMEs for economic development of the European Union, as well as the European framework of entrepreneurial competencies.*

**Keywords:** *entrepreneurship, small and medium enterprises, European Union, European Commission*

Datum prijema / Date of arrival: 29.04.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 12.07.2022.



Milan Mihajlović<sup>3</sup>  
Vladimir Ilić<sup>4</sup>  
Dejan Jeremić<sup>5</sup>

## SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO U USLOVIMA SAVREMENE EKONOMIJE

Pregledni rad

UDK: 005.35

### **Rezime**

*Socijalno preduzetništvo predstavlja važan faktor u identifikovanju i rešavanju pitanja od socijalnog značaja. U uslovima savremene ekonomije, prezentuje se kao socijalni inicijator odnosno kreator socijalne inovacije. Socijalno preduzetništvo modernizuje sledeće društvene grane: životnu sredinu, socijalnu zaštitu, zdravlje, obrazovanje i razvoj preduzetništva. Neprekidna implementacija postojećih sistema i njihova dopuna novim rešenjima sprovodi se uspostavljanjem i razvojem socijalnog preduzetništva, a u cilju stvaranja održive pozicije za kreiranje socijalnih vrednosti. Socijalna i profesionalna implementacija zaposlenih u preduzeću i dovođenje zaposlenih u položaj koji je štetan za njih, predstavlja jednu od osnovnih karakteristika kreiranih socijalnih vrednosti.*

**Ključne reči:** *socijalno preduzetništvo, socijalna udruženja, inovativne tehnologije i održivost poslovanja.*

### **Uvod**

Pojam socijalnog preduzetništva pojavljuje se krajem XVIII i početkom XIX veka u vreme razvoja kapitalističkog društva. Okolnosti koje su prethodile tome su nehumani uslovi za život i rad, sve veći broj siromašnog stanovništva i potrebe grupa i

---

<sup>3</sup> dr Milan Mihajlović, docent, Univerzitet odbrane, Vojna akademija, Veljka Lukića Kurjaka 33, Beograd, Srbija, email: [milan.mih83@gmail.com](mailto:milan.mih83@gmail.com)

<sup>4</sup> dr Vladimir Ilić, vanredni profesor, Visoka škola socijalnog rada, Terazije 34, Beograd, Srbija, email: [kontakt@asp.edu.rs](mailto:kontakt@asp.edu.rs)

<sup>5</sup> dr Dejan Jeremić, vanredni profesor, Sequester Employment, Đušina 9, Beograd, Srbija, e-mail: [office@sequesteremployment.com](mailto:office@sequesteremployment.com)

pojedinaca za opstanak na ekonomskom tržištu(Belas et al., 2017). Od strane raznih grupa i pojedinaca pokretane su inicijative za smanjenje broja siromašnog stanovništva i za smanjenje ili eliminisanje posledica koje dovode do toga. Primeri za to se mogu naći u Italiji i Francuskoj, u kojima su inicijative preduzimane od strane grupa ili pojedinaca iz radničke klase. Kako je u navedenim zemljama proces industrijalizacije bio usporen, inicijative su se najviše odnosile na izgradnju novih državnih bolnica, namenjenih pre svega siromašnom stanovništvu(Guzman et al., 2019). Pored izgradnje bolnica, inicijative su obuhvatale i druge aktivnosti koje nisu obuhvaćene tadašnjom socijalnom politikom. Početkom XIX veka u Velikoj Britaniji su počele da se osnivaju prve funkcionalne zadruge za preduzimanje inicijativa od socijalnog značaja. Funkcionalne zadruge se smatraju oblikom socijalnog preduzetništva.

Krajem XX veka, kako u razvijenim zemljama tako i zemljama u razvoju, socijalna preduzeća se definišu kao neprofitne organizacije osnovane sa ciljem ostvarenja socijalnih i javnih ciljeva(Avakumović i dr., 2021). Na taj način, svako socijalno preduzeće se posmatra i na lokalnom nivou, osnovano sa ciljem da pruži pomoć lokalnom stanovništvu u rešavanju socijalnih problema. Socijalna preduzeća imaju višestruku funkciju u obezbeđivanju uslova zapošljavanja lica sa potrebom za posebnom podrškom u radu, pružajući im na taj način socijalnu zaštitu i prilagođene uslove rada njihovim sposobnostima. Na ovaj način socijalna preduzeća smanjuju javne rashode državnog sistema.

Na osnovu analize dosadašnje dostupne literature(Miralles et al., 2016), pojmovi socijalnog preduzeća, socijalnog preduzetništva i socijalnog preduzetnika razmatrani su i kao jedan pojam i kao odvojene celine.

U nekadašnjoj SFR Jugoslavije, ekonomija se razlikovala u odnosu na druge socijalističke zemlje u Evropi. Ekonomija je bila zasnovana na principu komandne linije. Međutim, to nije doprinelo da novoosnovana socijalistička preduzeća u tom period nemaju slobodu izlaska na tržište i slobodu da samostalno upravljaju preduzećem bez intervencije države. Fern´andez Guadaño, (2015)

ističe da sva socijalna preduzeća na teritoriji SFR Jugoslavije imaju neograničenu mogućnost da slobodno posluju na tržištu i upravljaju preduzećem. U Republici Srbiji koncept socijalne ekonomije počiva na ekonomiji nekadašnje SFR Jugoslavije. Oblik kolektivnog vlasništva nad imovinom preduzeća bio je definisan kao društveno vlasništvo u kojem su zaposleni imali samostalnost u procesu odlučivanja za poslovne aktivnosti, pravo izbora upravnog odbora i mogućnost da učestvuju u raspodeli profita. U socijalističkim preduzećima stanje je bilo drugačije, nisu imali efikasnu organizacionu strukturu, visoku produktivnost i značajna investiranja u inovacione tehnologije, što je dovelo do nastanka velikih gubitaka. Da bi se u ovakvim uslovima održala socijalna ekonomija, neophodno je bilo ograničiti njeno delovanje, smanjiti njene procesne aktivnosti i zaštititi je od rizika nestabilnog tržišta.

### **Razvoj socijalnog preduzetništva**

U većini zemalja Evrope je krajem XIX veka bila zastupljena visoka stopa nezaposlenosti što je dovelo do krize u pogledu upravljanja javnim finansijama. Državni organi pojedinih zemalja Evrope ukinuli su socijalna davanja nezaposlenom stanovništvu i na taj način distancirali se od pasivne politike tržišta rada. Svoje težište rada usmerili su prema aktivnoj politici tržišta rada, tako što su nezaposleno stanovništvo stimulisali, putem raznih vidova podrške u vidu profesionalne obuke, subvencionisanja pojedinih radnih mesta stvaranjem uslova da se zaposli i na taj način osigura svoju egzistenciju. U okviru aktivne politike tržišta rada postoje i drugi vidovi podrške nezaposlenom stanovništvu, izgrađeni i formirani između socijalne politike i politike nezaposlenosti (Terjesen et al., 2016). S jedne strane, oni zadovoljavaju socijalne potrebe stanovništva, dok s druge strane zapošljavaju trenutno nezaposleno stanovništvo, obezbeđivanjem novih radnih mesta i smanjenjem socijalnih rashoda (Jovičević, 2021).

Slična situacija primetna je i u javnom sektoru, što se može uočiti putem raznih ograničenja koja su sprovedena. Poslednjih godina u brojnim literaturama izvršena je kritika socijalnih javnih preduzeća iz zemalja Evropske unije i SAD, a u pogledu pružanja javnih usluga. Veliki broj preduzeća osnovana su na osnovu socijalnih potreba, iz

dobročinstva, a radi pružanja pomoći određenoj grupi ljudi. Pomenuta preduzeća su izvan dometa državnih usluga i uticaja državnih organa. Kroz razna ugovaranja sa državom npr. angažovanje spoljnih saradnika za rad na određenim poslovima u javnom sektoru, socijalna preduzeća postala su značajnija. Poslednjih godina primetno je da su se tržišta proširila u pogledu pružanja socijalnih usluga i da je uloga socijalnih preduzeća, kako profitnih tako i neprofitnih, sve više zastupljenija na tržištu(Saridakis et al., 2018).

Socijalna preduzeća se osnivaju sa različitom organizacionom strukturom i u različitim geografskim područjima i nemaju regulisan pravni status, već proizvoljan. To znači da organizaciona struktura socijalnog preduzeća nije povezana sa njegovim pravnim statusom. U većini država osnivanje i rad socijalnih preduzeća nisu uređeni zakonskim propisima i odredbama. Socijalna preduzeća smatraju se neprofitnim organizacijama. Sprovođenjem aktivnosti za stvaranje prihoda, socijalna preduzeća povećavaju rizik gubitka statusa neprofitne organizacije(Andersson & Self, 2015). Za razliku od većine država koje nisu zakonski uredile osnivanje i rad socijalnih preduzeća, manji broj država je posebnim poreskim zakonskim odredbama uredio pitanja koja se tiču socijalnog preduzeća.

Uređenje neke oblasti zakonskim odredbama je složeno i zavisi od geografskog područja funkcionisanja navedene oblasti. Socijalna preduzeća se zakonski uređuju u skladu sa državom u kojoj se osnivaju i u kojoj posluju, a njihove aktivnosti regulišu se zakonskim odredbama prema:

- načinu i procentu korišćenja ostvarenih prihoda,
- izvoru nastanka prihoda (korisnici, javnost ili treće lice) i
- vrednošću ostvarenih prihoda.

Na nivou zemalja Evropske unije, krajem XIX i početkom XX veka primetno je zakonsko uređenje socijalnog preduzetništva i socijalne ekonomije. Godine 1989. osnovana je Jedinica za socijalnu ekonomiju u okviru Evropske komisije. Njen osnovni zadatak ogleda se u prepoznavanju potreba za međusobnu povezanost društvenih pojedinaca na internom tržištu Evropske unije, kroz



osnivanja raznih korporacija i udruženja. Jedinica za socijalnu ekonomiju je sredinom 2004. godine inkorporirana u Jedinicu B3 DG preduzeća (Zanatske radionice, mala preduzeća, kooperative i društva uzajamne zavisnosti) (Patrick et al., 2016). Njeni zadaci bili su usmereni na ostvarivanje sledećih ciljeva (Liang et al., 2018):

- pružanje centralne podrške socijalnim preduzećima,
- identifikovanje aktivnosti socijalnih preduzeća u sprovedenim programima Evropske komisije i
- uspostavljanje regulatornog okvira osnovanih korporacija i udruženja.

Razni vidovi političke moći, socijalne potrebe i trenutna ekonomska realnost u različitim državama, konstruisale su različite pravne regulatorne okvire socijalnog preduzeća. Regulatorni okviri se konstruišu u zavisnosti od načina funkcionisanja i trenutne situacije u kojoj se nalazi neka država. U daljem radu izloženi su opštiji primeri određene države, koji omogućavaju posmatranje socijalnog preduzeća kroz uspostavljen regulatorni okvir. Na ovaj način pruža se analiza praktičnog funkcionisanja socijalnog preduzeća u okviru granica uspostavljenog regulatornog okvira. U radu se takođe analizira poslovanje socijalnog preduzeća u širem društvenom kontekstu, njegova pripadnost državnom i društvenom sektoru, uz poseban osvrt na način usvajanja njegovih misija i zadataka.

### **Socijalno preduzetništvo na globalnom nivou**

U zemljama Evrope socijalna preduzeća se oslanjaju na koncept udruživanja ili zadugarstva. Slična situacija prisutna je i u SAD, gde se socijalna preduzeća oslanjaju na koncept neprofitnih organizacija. Međutim, može se reći da je u SAD, među najvažnijim faktorima jednog preduzeća ostvarenje tržišnog prihoda, bez obzira da li je preduzeće od socijalnog ili drugog značaja. Takođe veliki broj socijalnih preduzeća u SAD je orjentisan na rast demokratije u ekonomskim odnosima. Poređenjem organizacionih struktura zemalja Evrope i SAD, posebnu pažnju istraživačima socijalnog preduzetništva privlači način poslovanja socijalnih preduzeća u zemljama Evrope. Rezultat toga proističe iz činjenice

da SAD nemaju naročito poverenje u socijalna preduzeća, koja su tržišno usmerena, na rešavanje socijalnih problema i smanjenja broja i vrednosti socijalnih davanja. U zemljama Evrope, državna vlast ima za cilj da putem raznih demokratskih kontrola iskaže potrebu za većim stepenom demokratije kroz razne vidove udruženja. Takođe, državna vlast ima za cilj da putem raznih ograničenja raspodele dobiti, regulisanjem zakonskog okvira, državnim subvencijama i poreskim olakšicama podrži socijalno preduzeće.

U posmatranju međusobnih odnosa državne vlasti, zadruga, udruženja i inicijativa profitnih preduzeća, značajno je opisati njihove odnose i njihov uticaj na socijalno preduzeće. Za osnivanje i rad socijalnih preduzeća, neophodno je stvoriti uslove posredstvom raznih partnera, zakonskih propisa, politike i drugih smernica. Socijalna preduzeća posluju u okviru definisane politike na lokalnom nivou. Ukoliko nisu definisana na lokalnom nivou, ona traju u skladu sa svojim mogućnostima i potrebama društva. Međutim, njihova delovanja na uticaj socijalne politike su uobičajena i ona najviši uticaj ostvaruju putem raznih mreža udruživanja, koalicije, alijanse i konzorcijuma. Na lokalnom i globalnom nivou, zahteva se uspostavljanje formalnog odnosa između različitih socijalnih preduzeća. Takođe odnosi se uspostavljaju i između lokalnih zajednica, političkih strana i neprofitnih organizacija. Među najznačajnijim prednostima osnivanja socijalnih preduzeća u Italiji, bilo je pokretanje novih inicijativa „spinoff“ (nasledno preduzeće) umesto razvoja i nadogradnje jednog ogromnog socijalnog preduzeća. Takođe značajnom prednošću smatra se i specijalizacija socijalnih preduzeća u pojedinim oblastima, grupisanje preduzeća u konzorcijume na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou.

Koalicija socijalnih preduzeća primetna je u Velikoj Britaniji i ona se definiše kao sklop socijalnih preduzeća i regionalnih i globalnih organizacija za podršku. Koalicija se može predstaviti kao podrška odlučivanju da je socijalno preduzeće pravi način funkcionisanja nekog preduzeća u kojem su njegovi članovi angažovani na promovisanju njegovih prednosti i primere dobre prakse putem medija i raznih kampanja. Njen osnovni zadatak je da pruži

mogućnost socijalnim preduzećima, da svoje dopunsko praktično znanje i iskustvo za poslovno iskorišćavanje učine dostupnim javnosti, da se povežu i da funkcionišu (Chen et al., 2015). Koalicija informiše javnost putem širokog spektra studije slučaja, raznih priručnika i materijala za obuku i bitne organe odlučivanja o dnevnom redu socijalnih preduzeća i njihove politike. Ona stalno implementira aktivnosti na unapređenju uslova za rad socijalnih preduzeća putem raznih aktivnosti savetovanja državnih organa, informisanja stejkholdera i preduzimanja početnih koraka u formulisanju društvenih mera. Putem političkih mera, utiče na svest državnih organa, zajednice i pojedinaca za osnivanje većeg broja socijalnih preduzeća. Sprovedenje političkih mera od strane koalicije, smatra se osnovnom idejom za stavljanje teme o osnivanju i radu socijalnog preduzeća na dnevnom redu razmatranja državnih organa.

Postojanjem CGM u Italiji i Koalicije u Velikoj Britaniji, doprinelo se unapređenju mnogobrojnih aktivnosti i razvoju stručnosti osnivanja i rada socijalnih preduzeća. Sistem formiranja socijalnih preduzeća dobio je upravljačku, stratešku, savetodavnu, poslovnu i obrazovanu funkciju. Takođe doprinelo se razvoju socijalnog preduzetništva u vidu omogućavanja da se organizuju obuke, izvrši specijalizacija ljudstva, organizuju radionice, sprovedu studijske posete i razmene i informiše javnost o prednostima socijalnih preduzeća kroz razne vidove promocija. Uloga CGM i Koalicije je izuzetno važna za razvijanje svesti kod stanovništva o postojanju socijalnog preduzeća, probleme koje ono rešava i kako doprinosi kroz rad javnom sistemu. Jedan od načina da se odrede budući pravci razvoja socijalnog preduzetništva je povezivanje pojedinačnih socijalnih preduzeća, njihovih aktivnosti, zadataka i planskih mera u jedan sistem.

### **Socijalno preduzetništvo u Republici Srbiji**

Istraživanje o uticaju socijalnih preduzeća na ekonomiju u Republici Srbije sprovedli su Republički zavod za statistiku, SeCons grupa za razvojnu inicijativu (neprofitna organizacija) i Grupa 484 (nevladina organizacija). Oni su dali detaljan pregled socijalne ekonomije u Republici Srbije.

Na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku evidentirano je da na teritoriji Republike Srbije u 2020. godini posluje oko 1200 socijalnih preduzeća, u kojima je zaposleno oko 10500 lica. Najznačajnije oblike socijalnih preduzeća čine zadruge (oko 6000 zaposlenih) i udruženja građana (oko 1500 zaposlenih). Evidentiran je i manji broj drugih oblika socijalnih preduzeća i to: preduzeća za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba sa invaliditetom, agencije za razvoj, fondacije, poslovni inkubatori i spin-off preduzeća. Takođe skoro svako socijalno preduzeće pored redovno zaposlenih lica ima i lica angažovana na poslovima volontera i lica iz ugroženih grupa. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku u 2020. godini ukupno je angažovano oko 24000 volontera za rad u socijalnim preduzećima. Najviše volontera angažovano je u udruženjima građana, preko 15000 volontera. U socijalnim preduzećima je u 2020. godini angažovano oko 2000 lica iz ugroženih grupa, od kojih je najviše zaposleno u preduzećima za zapošljavanje osoba sa invaliditetom (Miletić i dr., 2021).

Socijalna preduzeća u Republici Srbije imaju dvostruku funkciju, odnosno preduzetničku i socijalnu funkciju. Anketiranjem određenih socijalnih preduzeća i socijalnih preduzetnika o njihovim ciljevima, došlo se do zaključka da su svi anketirani subjekti među svojim ciljevima naveli minimum jedan socijalni cilj. Anketiranje je sprovedeno od strane Republičkog zavoda za statistiku. Socijalni ciljevi kojima socijalna preduzeća najviše teže su ekonomski rast, veća stopa zaposlenosti i veći broj sprovedenih humanitarnih aktivnosti.

U zavisnosti od oblika organizovanja socijalnog preduzeća, razlikuju se i njegovi ciljevi. Zadruga imaju za cilj da jačaju svoju ekonomsku moć i da obezbede veću stopu zaposlenosti (Terzić, 2022). Udruženja imaju za cilj da omoguće da se broj humanitarnih akcija poveća i da se poveća učestalost obavljanja humanitarnih aktivnosti i događaja. Pored navedenih ciljeva, socijalna preduzeća u Republici Srbije teže za razvojem i edukacijom na lokalnom nivou, kao i za sprovođenjem dodatnih mera zaštite životne sredine i obezbeđivanjem osnovnih uslova za rad.

U 2008. godini (Mićović & Miletić, 2019) na teritoriji Republike Srbije sproveden je popis socijalnih preduzeća, na osnovu kojeg se vidi značajan rast u poređenju sa 2000. godinom, a u pogledu socijalne ekonomije i njenog razvoja. Popisom su prikupljeni podaci o godinama osnivanja socijalnih preduzeća, gde se utvrdilo da je skoro 50% preduzeća osnovano posle 2000. godine.

U istraživanju koje je imalo za cilj da ispita ekonomski uticaj socijalnih preduzeća u Republici Srbije, utvrđeni su očigledni primeri socijalnih preduzeća prema sledećem (Milosavljević i dr, 2019):

- „Nova perspektiva“ iz Pirota (zadruga)
- „Vivere“ iz Kragujevca (kooperacija)
- „Naša kuća“ iz Beograda (udruženje za pomoć osobama sa potrebom za posebnom podrškom)
- „Caritas“ iz Šapca (udruženje) i dr.

Takođe, držeći se projekta „Omogućavanje procvata i razvoja socijalnog preduzetništva za inovativna i inkluzivna društva“ u istraživanju došlo se do saznanja da u praksi postoji još mnogo socijalnih preduzeća koja najavljuju novu generacijsku promenu. U okviru ovog projekta, socijalna preduzeća su razvijena u različitim oblastima sa sposobnošću da svoju socijalnu delatnost vrše na nov i moderniji način. Sva socijalna preduzeća nove generacije imaju jednu zajedničku osobinu, odnosno težnju da budu ekonomsko održiva na duži rok i da samostalno odlučuju. Da bi tu težnju ispunila socijalna preduzeća moraju da imaju održivu socijalnu misiju, što im omogućava konstantno pružanje socijalnih usluga, pružanje pomoći posebnim grupama, koje nemaju značajne uticaje na društvene tokove i politička zbivanja, rešavanje pitanja od ekološkog značaja i kreiranje novih modela pružanja usluga.

Udruženje za pomoć osobama sa potrebom za posebnom podrškom „Naša kuća“ iz Beograda, je primer novog modela kreiranja socijalnog preduzeća. Udruženje je formirano od strane grupe roditelja dece sa potrebom za posebnom podrškom, a sa ciljem obezbeđivanja neophodnih uslova socijalne inkluzije. Prvobitno su u okviru udruženja pružane osnovne usluge, da bi se one kasnije

podelile na više podusluga, kako bi bile konkretno pružene određenom korisniku u meri usklađenoj njegovim potrebama.

Primer novog modela pružanja usluga pronalazi se u projektu „Kuhinja na točkovima“ koji je osnovan iz donacija u 2012. godini, a sa ciljem zaštite životne sredine i zapošljavanja mladih sa kognitivnim deficitima. Osnovna usluga koja se pružala ovim projektom je dostavljanje kvalitetnih i toplih obroka na kućne adrese i proizvodnja kartonske ambalaže. Proizvodnjom kartonske ambalaže omogućilo se drugim preduzećima širok asortiman izbora ambalaže i njihova dostupnost na tržištu (Miljković, 2022). Takođe uslugama dostavljanja obroka na kućne adrese licima kojima je potrebna ishrana i koji ne mogu sami sebi da obezbede obrok, podigao se nivo kvaliteta života tih osoba. Rekapitulacijom uspešnosti ovakog načina poslovanja tokom vremena uviđa se da su navedene usluge u stalnom rastu. Veruje se da uspešnom načinu poslovanja ovog socijalnog preduzeća dodatno doprinosi podrška od strane javnog mnjenja.

Rešavanje problema određenih grupa ljudi odnosno marginalizovanih grupa, koji nemaju značajan uticaj na društvene tokove i politička zbivanja, uređeno je osnivanjem i radom organizacije Liceulice. Organizacija je osnovana 2010. godine i ona sprovodi neposrednu podršku navedenih grupa, kroz praktične aktivnosti. Na taj način se navedena grupa ljudi uključuje sve više i više u razne ekonomske, kulturne i socijalne programe koji se realizuju putem aktivnosti. Jedna od naprimećenijih aktivnosti je izdavanje magazine Liceulice i njegoa distribucija na ulično tržište putem navedene grupe ljudi. Navedena grupa ljudi se na taj način smatraju prodavcima, koji zarađuju oko 50% svakog prodatog magazine (Lepojević & Samardžić, 2022).

Poslednjih godina veliki broj socijalnih preduzeća osnovan je na temelju brige o ekologiji i zelene ekonomije. To je područje u kome postoji mogućnost za osnivanjem ovakvog vida preduzeća. Godine 2010. osnovano je udruženje građana Eko Bag, sa ciljem izrađivanja unikatnih torbi od recikliranih folija sa bilborda. Osnivanjem ovog udruženja u radni odnos se na neodređeno vreme zaposlio relativno veliki broj žena. Ubrzo nakon toga, 2011. godine

osnovana je i kompanija Strawberry Energy, a sa ciljem unapređenja zelene ekonomije, razvijanja novih tehnologija, unapređenja kvaliteta života i očuvanja životne sredine. Među najpoznatijim projektima ove kompanije je proizvodnja solarnih punjača za mobilne telefone. Iste godine osnovana je i zanatska radionica Bio Idea, u okviru oblasti socijalna franšiza. Osnovna svrha ove zanatske radionice je proizvodnja sapuna od prirodnih sirovina bez sintetičkih konzervansa, aditiva i boja. Bio Idea u okviru svojih programa sprovodi i besplatni program obuke proizvodnje navedenih sapuna vulnerabilnim grupama ljudi.

Godine 2014. potpisana je Beogradska deklaracija o razvoju socijalnog preduzetništva od strane nevladinih organizacija Zapadnog Balkana i Turske. Beogradska deklaracija doprinosi da u oblasti socijalnog preduzetništva učešće nevladinih organizacija sve više bude zastupljenije. Ona doprinosi ekonomskom i socijalnom razvoju nevladinog sektora i pruža detaljne smernice za njegovo implementiranje. Od potencijalne ravnoteže između vizije socijalnih preduzeća i njihovih izazova zavisi pravac njihovog daljeg razvoja. Vizija socijalnih preduzeća se formira na početku poslovanja i zavisi od velikog broja podsticajnih faktora, od kojih su najvažniji istorijski razvoj preduzeća, svrha njegovog postojanja u socijalne svrhe, stepen uticaja preduzeća u javnosti i njegova izloženost pritiscima spoljnih politika Evropske unije. Pritisak Evropske unije sastoji se u promovisanju važnih oblasti socijalnog preduzetništva, pružanju donacija i finansiranju projekata za razvoj ovih oblasti. Na taj način socijalnim preduzećima u Republici Srbije se daje značajni motivacioni factor(Papić, 2022).

Republika Srbije kao kulturno istorijska država, vrednovanje socijalnog preduzeća vrši na osnovi motiva i funkcije preduzeća. Udruženja za profesionalnu rehabilitaciju osoba sa potrebom za posebnom podrškom i određena iskustva poljoprivrednih zadruga predstavljaju primere dobre prakse koja se može koristiti u budućnosti. Pored prednosti, istorijski faktor ima i negativne nuspojave.

Ograničavanje i onemogućavanje korišćenja socijalnih podsticaja u jednom društvu od strane države, s jedne strane, i stvaranje navike

u istom društvu za konstantnim korišćenjem tih podsticaja i njihov neprikidni rast, s druge strane, nameće se potreba na nivou društva da svoje navike za socijalnim podsticajima zadovolje na neki drugi način. To dovodi do samoorganizovanja pojedinaca i društvenih grupa u socijalna preduzeća i razvijanje svesti svakom pojedincu o neophodnosti uključivanja u socijalne probleme društva.

Socijalna preduzeća su u Republici Srbije izložena mnogobrojnim faktorima, koji delimično ili u potpunosti onemogućavaju njihovo osnivanje, rad i razvoj (Pavlović i dr., 2021). Najvažnijim faktorima smatraju se istorijska kultura socijalnog preduzetništva, pravni status, način finansiranja i održivost socijalnih preduzeća.

Istorijska kultura socijalnog preduzetništva odnosi se na istorijsko nasleđe socijalnog preduzeća, koje se vezuje za neko društveno preduzeće u prošlosti. Kako se ne bi negativno odrazilo na socijalni status sadašnjeg socijalnog preduzeća, potrebno je jasno definisati na koje oblasti i na koja preduzeća u prošlosti se to istorijsko nasleđe odnosi (Bakić, 2019).

Pravni status predstavlja pravno uređenje oblasti socijalnog preduzetništva, uz adekvatan pristup i analizu svih relevantnih elemenata. Da bi se usvojio Zakon o socijalnom preduzetništvu, neophodno je prvo postaviti takav cilj u određenom roku. U Republici Srbije je 2014. godine predložen zakonski okvir, koji je naišao na otpor pojedinaca, društvenih grupa i nevladinih organizacija. Tom procesu je prethodio nedostatak šire konsultacije javnosti, nedovoljno uključivanje državnih sektora, socijalnih preduzetnika i stejkholdera socijalnih preduzeća i njihovo međusobno sučeljavanje (Hemed, 2022).

Način finansiranja socijalnih preduzeća je otežan, jer isti nije uređen adekvatnim opcijama finansiranja. Pored toga u Republici Srbiji zabranjene su kreditne zajednice ili slični oblici finansijskih kooperacija. Na taj način sve bankarske institucije imaju negativan odnos prema socijalnim preduzetnicima i svim drugim preduzećima osnovanim u socijalne svrhe.

Nijedno socijalno preduzeće nema održivo poslovanje na dugi rok, kako zbog nedovoljne finansijske podrške, tako i zbog nedostatka



određenih poslovnih veština, veština tržišne komunikacije i brendiranja proizvoda. Odživost takvog preduzeća postiže se učestalijim pregovorima sa državnim organima, udruženjima, kooperacijama i nevladinim organizacijama.

### **Zaključak**

Prosperitet socijalnog preduzetništva u Srbiji primarno zavisi od pristupa sistema. Ovaj pristup podrazumeva sistematsko i sveobuhvatno sprovođenje određenih mera i postupaka postepeno uz dinamičan karakter vođenja. Iz ovoga proizilazi da je veoma važno uspostaviti najviši mogući nivo kooperativne saradnje između ministarstva i sektora socijalnih preduzeća. Uzajama povezanost ministarstva i sektora socijalnih preduzeća treba da omogući uslove za nadogradnju pravnih okvira i zakona o socijalnim preduzećima. Formulacija pravnih okvira i zakona podrazumevala bi rad na obradi konkretnih akcionih planova socijalnih preduzeća kao početnih koraka u cilju unapređenja privrednog razvoja socijalnog preduzetništva.

Posebna pažnja u izradi plana za podsticaj privrednog razvoja socijalnog preduzetništva bi trebala da se posveti izradi finansijskog plana. Ovaj finansijski plan bi trebao biti aktivan u svim fazama socijalnog preduzetništva, kroz primenu određenih finansijskih mera i postupaka. Primena određenih finansijskih instrumentacija tokom rada socijalnog preduzeća podrazumevala bi dobro poznavanje svake faze pomaka tokom privrednog rasta i razvoja.

Baza privrednog razvoja socijalnog preduzetništva ogleda se u stvaranju povoljnih uslova podrške od strane državnog sistema i javnog mnjenja. Stvaranjem uslova za pozitivno poslovanje pružanjem temeljne podrške, sprovođenjem finansijskih instrumentacija, mera i postupaka uz dinamičan karakter privrede, obezbeđuje se prosperitet socijalnog preduzetništva. Ovim postupcima pospešuje se i motivisanost socijalnog preduzetnika da unapređuje i ulaže u svaku fazu svog poslovanja.

Na osnovu svega navedenog, ističemo da uspešno socijalno preduzetništvo podrazumeva decenijsko ulaganje trosmernog

karaktera. Trosmerni karakter karakteriše prožimanje državnog sistema kroz primenu određenih mera i postupaka za pospešivanje privrednog razvoja preduzeća, motivisanost i ulaganje socijalnog preduzetnika u njegov rad i konstantnu podršku od javnog mnjenja. Izgradnjom komunikacionih kanala između ovih faktora privrednog razvoja postiže se siguran privredni rast socijalnog preduzetništva u Srbiji.

## Literatura

1. Andersson, F. O., & Self, W. (2015). The social-entrepreneurship advantage: An experimental study of social entrepreneurship and perceptions of nonprofit effectiveness. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26, 2718–2732. <https://doi.org/10.1007/s11266-014-9543-1>
2. Avakumović, J., Tešić, R., & Karić, D. (2021). Menadžment tranzicionim procesima u funkciji održivog razvoja. *Održivi razvoj*, 3(1), 7-16. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2101007A>
3. Bakić, S. (2019). Tržište kapitala u Srbiji. *Oditor*, 5(3), 53-64. <https://doi.org/10.5937/Oditor1903053B>
4. Belas, J., Gavurova, B., Schonfeld, J., Zvarikova, K., & Kacerauskas, T. (2017). Social and economic factors affecting the entrepreneurial intention of university students. *Transformations in Business & Economics*, 16(3 (42)), 220–239.
5. Miljković, M., (2022). Javni dug kao instrument fiskalne ravnoteže. *Revija Prava Javnog Sektora*, 1(1), 45–63.
6. Hemed, R. I., (2022). Normative arrangement of financial innovations in banking. *Finansijski Savetnik*, 27(1), 25–64.
7. Chen, S., Hsiao, H., Chang, J., Chou, C., Chen, C., & Shen, C. (2015). Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 557–569. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0293-0>
8. Fern´andez Guada˜no, J. (2015). Employee-owned firms: A labour model with potential? *Transformations in Business and Economics*, 14(2), 191–203.
9. Guzman, C., Santos, F. J., & Barroso, M. D. (2019). Cooperative essence and entrepreneurial quality: A comparative contextual

- analysis. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 91(1), 95–118. <https://doi.org/10.1111/apce.12257>
10. Jovičević, P. (2021). Budžetski suficit u Republici Srbiji, *Finansijski Savetnik*, 26(1), 25–36.
  11. Lepojević, E., & Samardžić, N. (2022). Ekološko preduzetništvo i održivi razvoj. *Održivi razvoj*, 4(1), 7-17. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2201007L>
  12. Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. P. (2018). Demographics and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 126, 140–196.
  13. Miletić, A., Trajković, S., & Mrdak, G. (2021). Uticaj strateškog opredeljenja na odnos između upravljanja inovacionim portfoliom i uspeha. *Oditor*, 7(1), 165-194. <https://doi.org/10.5937/Oditor2101165M>
  14. Mićović, S., & Miletić, J. (2019). Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja. *Održivi razvoj*, 1(1), 43-51. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz1901043Mž>
  15. Milosavljević, S., Pantelejić, Đ., & Međedović, D. (2019). Primena i mogućnost unapređenja ekonomskih činilaca u realizaciji održivog razvoja. *Održivi razvoj*, 1(1), 7-16. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz1901007M>
  16. Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 791–813. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0365-4>
  17. Papić, R. (2022). Rural development policy on areas with natural constraints in the Republic of Serbia. *Ekonomika poljoprivrede*, 69(1), 75-89. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2201075P>
  18. Patrick, C., Stephens, H., & Weinstein, A. (2016). Where are all the self-employed women? Push and pull factors influencing female labor market decisions. *Small Business Economics*, 46, 365–390. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9697-2>
  19. Pavlović, M. M., Popović, J., & Turnjanin, D. (2021). Razvoj malih i srednjih preduzeća u Srbiji. *Oditor*, 7(2), 47-64. <https://doi.org/10.5937/Oditor2102047P>
  20. Saridakis, G., Mohammed, A. M., García-Iglesias, J. M., & Muñoz-Torres, R. I. (2018). Economy and divorces: Their impact over

time on the self-employment rates in Spain. *Journal of Family and Economic Issues*, 39, 422–435. <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9575-6>

21. Terzić, B. (2022). Pravna priroda kreditnih naknada - sažeta uporedna razmatranja. *Pravo i privreda*, 60(3), 499-532. [https://doi.org/10.55836/PiP\\_22305A](https://doi.org/10.55836/PiP_22305A)
22. Terjesen, S., Hessels, J., & Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299–344. <https://doi.org/10.1177/0149206313486259>

## **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF THE MODERN ECONOMY**

### ***Abstract***

*Social entrepreneurship is an important factor in identifying and solving issues of social importance. In the conditions of the modern economy, he presents himself as a social initiator or creator of social innovation. Social entrepreneurship modernizes the following social branches: environment, social protection, health, education and development of entrepreneurship. Continuous implementation of existing systems and their addition with new solutions is carried out by establishing and developing social entrepreneurship, with the aim of creating a sustainable position for creating social values. Social and professional implementation of employees in the company and bringing employees to a position that is harmful for them, represents one of the basic characteristics of created social values.*

**Keywords:** *social entrepreneurship, social associations, innovative technologies and business sustainability.*

Datum prijema / Date of arrival: 07.05.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 03.07.2022.



Nedeljko Prdić<sup>6</sup>  
Sara Kostić<sup>7</sup>

## POSLOVANJE PIJACA U KRIZNIM SITUACIJAMA SA POSEBNIM OSVRTOM NA KOMUNIKACIJU SA POTROŠAČIMA I JAVNOŠĆU

Pregledni rad

UDK: 005.334:339.175-026.912  
616.98:578.834]:659.2

### **Rezime**

*Krize su stanja u kojem poslovanje pijaca kao tradicionalnih institucija dolazi u meru objektivno neočekivanih okolnosti. Poslednja kriza izazvana pandemijom „Kovid 19“ osnovni je predmet istraživanja. Cilj je da se na osnovu teorijskih, iskustvenih i rezultata istraživanja definiše strategija odnosa pijaca prema potrošačima. Sprovedena istraživanja baziraju se na primeni posebnih metoda saznanja i metoda marketing istraživanja. Rezultati istraživanja pokazuju da su pijace i u kriznim situacijama jedan od najvažnijih kanala prodaje i marketinga za snadbavanje potrošača. Istraživanje pokazuje da se krize veoma loše odražavaju na poslovanje pijaca te da je dobra komunikacija sa potrošačima i ostalom javnošću jedini način očuvanja ekonomske pozicije pijaca. Prikazanim istraživanjem stvara se pouzdana osnova za izvođenje zaključaka da se integrisanom i intenzivnom marketing komunikacijom mogu uspostaviti dobri odnosi sa potrošačima i ostalom javnošću koji će omogućiti ostvarivanje ekonomskih i komunikacijskih interesa pijaca u kriznim situacijama.*

---

<sup>6</sup> Nedeljko Prdić, PhD, Associate Professor., JKP Tržnica, 4 Žike Popovića broj, SRB-21000 Novi Sad, Serbia, Phone:+381 63 500 818, E-mail: [nedeljko.prdic021@gmail.com](mailto:nedeljko.prdic021@gmail.com), ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3199-1188>

<sup>7</sup>Sara Kostić, student doktorskih studija, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet, 9-11 Segedinski put broj, SRB-24000 Subotica, Serbia, Phone: +381 63 572 260, E-mail: [sara97kostic@gmail.com](mailto:sara97kostic@gmail.com).

***Ključne reči:*** pijace, kovid-19, marketing odnosi sa javnošću, potrošači, pandemija

## **Uvod**

Pijace se pojavljuju pre oko pet hiljada godina sa nastankom robne razmene. (Petrović et al., 2021). Krize su specifična stanja u poslovanju koje prete preduzeću kroz finansijske gubitke, gubljenju konkurentske pozicije i identiteta ali i smanjenju imidža i reputacije. Imajući u vidu značaj pijaca u trgovini i snadbevanju stanovništva poljoprivrednim proizvodima krize imaju teže posledice. Namera je da se ukaže na poslovanje pijaca u kriznim situacijama sa posebnim osvrtom na pandemiju kovid 19. Dakle, poslovna kriza je neplanirani proces koji ugrožava poslovanje pijaca ali i domaćih poljoprivrednih proizvođača, reflektujući negativne tendencije na potrošače. Prema tome, kriza u poslovanju pijaca ima i društvene i socijalne konotacije, zbog same činjenice da pijace služe snadbevanju stanovništva svežim poljoprivrednim proizvodima prevashodno voća i povrća ali i drugih proizvoda koji su neophodni u ishrani i zdravlju ljudi.

Prodaju na pijacama karakteriše činjenica da se uglavnom nude sveži i kvalitetni proizvodi, iako nestandardizovani i tipizirani, a potrošači imaju naviku i priliku da probaju i biraju iste. Na njima je zastupljen širok asoptiman roba u pogledu kvaliteta što omogućava da se zadovolje potrebe različitih kategorija potrošača s obzirom na visinu dohotka. (Ostojić i dr., 2013).

Uviđamo da je kvalitet proizvoda preovlađujući u kupovini na pijacama. Na osnovu komunikacijskih saznanja u samoj prodaji, prodavci smatraju da postoji nedostatak kupaca i jako intenzivna konkurencija. Stoga je bitno da pored kvaliteta i cene prodavci stečeno poverenje održavaju povećanjem ponude, dizajnom prodajnog mesta kao i primenom ličnih i intenzivnih komunikacija. Uloga pijaca na domaćem tržištu ima istorijski i tržišni aspekt. Značaj pijaca je u efikasnom povezivanju prodavaca i kupaca poljoprivrednih proizvoda. (Prdić i dr., 2019).



Ako se osvrnemo na tržišni aspekt i ulogu pijaca uviđamo da je tradicija u kupovini svežeg voća i povrća osnovna prednost pijaca. Stalnost kupovine od poznatog prodavca na poznatom mestu čak i u savremeno doba povezuje njihovu tradicionalnu prednost i korisnost za potrošače. Argument zašto pijace je i segment snabdevanja mlekom i mlečnim proizvodima, zdravom hranom i ribom. Koncept istorijske i tržišne uloge pijaca ogleda se u prodaji domaćih proizvoda. Zbog opasnosti od visoke stope smrtnosti ljudi koji pripadaju rizičnoj grupi vlada Republike Srbije donela je mere za smanjenje širenja KOVID-19. (Ivanović i dr., 2020).

Za uspešnu implementaciju nacionalne strategije bezbednosti stanovništva od zaraznih bolesti, ako kao primer uzmemo poslednju svetsku pandemiju, jasno je da je neophodno primenjivati sve neophodne mere i standarde. Pijace kao kanal direktnog marketinga i mesta snabdevanja stanovništva zdravim i bezbednim proizvodima imaju posebnu ulogu. Prednost pijaca u takvim okolnostima je zasnovana na percepciji potrošača o sigurnom mestu za kupovinu. Naravno, i pijace moraju pratiti bezbedbosne aspekte i zajedno sa poljoprivrednim proizvođačima sprovesti raspoložive resurse zaštite. Čak i u uslovima potpunog prestanka rada uloga pijaca je da integriše interese proizvođača, prodavaca i potrošača. Fokusirajući se na sposobnosti koje su obezbedile prepoznatljivu kompetentnost, preduzeće može da nastoji da iskoristi svoje jake strane kao sredstvo za diverzifikaciju. (Tešić i dr., 2021).

Na osnovu komunikacijskih i ličnih saznanja domaće pijace su nespemne dočekale ovu krizu. Integrisanjem zajedničkih interesa tek se kasnije uspostavio komunikacijski i ekonomski kontakt koji je omogućio snabdevanje stanovništva. Ova kroza može poslužiti kao adekvatan model postupanja u globalnim kriznim situacijama a u svrhu prevazilaženja izazova snabdevanja stanovništva svežim poljoprivrednim proizvodima. Krize su stanja u kojima poslovanje pijaca kao tradicionalnih institucija dolazi u smeru objektivno neočekivanih okolnosti. Poslednja kriza izazvana pandemijom „kovid-19“ osnovni je predmet istraživanja. Cilj je da se na osnovu teorijskih, iskustvenih i rezultata istraživanja definiše strategija odnosa pijaca prema potrošačima. Sprovedena istraživanja baziraju

se na primeni posebnih metoda saznanja i metoda marketing istraživanja. Rezultati istraživanja pokazuju da su pijace i u kriznim situacijama jedan od najvažnijih kanala prodaje i marketinga za snabdevanje potrošača. Iako je bilo mnogo reči i analiza o radu privrede i privrednih grana tokom pandemije kovida-19, dosad nije bilo objektivnih analiza o radu pijaca u kriznim uslovima u svetlu korona-krize, a naročito ne u Srbiji.

### **Definisanje krize sa stanovišta poslovanja pijaca**

Posmatrajući pijace u istorijskom kontekstu od srednjeg veka pa do globalnog društva one su bile deo svetske trgovine. Ekonomske štete koje kriza donosi su ogromne. Posebne štete koje nastaju prestankom rada pijaca, odnose se na socijalna i psihološka stanja kod stanovništva. Radi se zapravo o bitnoj ulozi pijaca u snabdevanju stanovništva svežim proizvodima. Savremena kriza u velikoj meri je doprinela razumevanju potrošača kada je u pitanju ponuda proizvoda. Međutim, ako se za cilj postavi društveno i globalno kretanje u doba pandemije ka dobrom snabdevanju stanovništva, delatnost i postupanje pijaca ima prioritetan značaj.

Pijace na malo, ili tržnice kao dominantan oblik pijačne delatnosti u Srbiji, uz prednosti koje imaju kao tradicionalni i popularni kanal distribucije, budućnost treba da traže u uvođenju novih sadržaja ponude kao što je, na primer, vrednija i organska hrana. (Duvnjak, 2013). Obogaćivanje ponude pijaca organskom hranom svakako može učiniti pijace konkurentnijim. Za veći razvoj tržišta organskih proizvoda neophodni su državni podsticaji i promocija pijaca kao kanala direktnog marketinga i prodaje. Pregledom podataka sa sajtova pijaca u razvijenim zemljama uviđamo povećanje broja proizvođača ekoloških proizvoda. Neophodno je jačanje ekološke svesti javnosti zbog profilisanja novog segmenta potrošača.

Imajući u vidu činjenicu da pijace zauzimaju najznačajnije mesto u direktnom marketingu poljoprivrednih proizvoda u ovom radu se razmatra direktan marketing koji se ostvaruje preko ove tržišne

institucije, i to pijaca na malo, ili "zelenih pijaca" što je trgovački naziv koji se često koristi. (Zarić i dr., 2016). Zavisno od toga kako se ostvaruju interesi na pijaci one se dele na efikasne i neefikasne. Uzimajući u obzir njihovu specifičnost, preporuka je povećanje ponude, ponude eko proizvoda i intenziviranje interaktivnih komunikacija.

U vremenu globalne ekonomske krize segmentacija tržišta je potrebna više nego ikad ranije. Dok u vremenu prosperiteta globalno angažovane kompanije mogu da raspolažu resursima takoreći po slobodnom izboru, u kriznom periodu neophodno je optimalno korišćenje oskudnih poslovnih resursa kako bi se zadovoljile potrebe ciljno odabranih tržišnih segmenata. (Grubor, 2012). Argumenti za segmentaciju poslovanja u poljoprivredi u vreme krize na globalnom nivou su očigledni a pogotovo nakon krize 2008. godine i velike pandemijske krize kovid-19. Imajući u vidu velike i neočekivane promene u globalnoj ekonomiji neohodna je specijalizacija i racionalizacija tržišnih potencijala i proizvodnih mogućnosti.

Naučnici su dokazali važnost veleprodajnih tržišta u marketingu prehrambenih proizvoda s obzirom na značaj maloprodaje. (Boiko i dr., 2019).

Savremene veletržnice u mnogim razvijenim zemljama imaju značajnu ulogu u trgovini. Dok, u drugim veliki obim trgovine u poljoprivredi se odvija putem privatnih kompanija. U srednje razvijenim zemljama one su neophodne radi bolje koncentracije ponude i snabdevalja pijaca i drugih maloprodajnih objekata. Uloga veletržnica u uređenom tržištu može veoma snažno da poveže veće poljoprivredne proizvođače sa unutrašnjim i međunarodnim tržištem.

Još uvek u Srbiji postoji interesovanje kupaca za ovaj oblik snabdevanja, ali tendencije i novija istraživanja ukazuju na slabljenje uticaja pijaca kao tržišnih institucija. Glavne razloge tome treba tražiti u sve izraženijoj konkurenciji drugih, modernih oblika trgovine na malo. (Lovreta, 2008).

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku ruralne oblasti čine oko 85% od ukupne površine, takođe u ukupnim prihodima ruralnog stanovništva poljoprivreda ima najveći udeo. Prema podacima Udruženja pijaca Srbije najvažniji kanal marketinga za prodaju domaćih poljoprivrednih proizvoda su pijace. Imajući u vidu intenzitet konkurencije u vidu modernih oblika trgovine, pijace moraju koristiti intenzivni oblik komunikacije putem interneta. Promocija na internetu za pijace i proizvođače nije samo obaveštavanje o poslovanju, već proces individualnog i kolektivno interesnog povezivanja sa potrošačima radi ostvarivanja ekonomske koristi. Cilj istraživanja je empirijski proceniti uticaj krize KOVID-19 na poslovanje srednjih preduzeća. (Beraha i dr., 2020).

Ova empirijska istraživanja pomoći će u budućnosti suočavanju sa ovim i sličnim krizama. Takođe će omogućiti i korišćenje novih instrumenata i metoda koji stoje na raspolaganju marketing menadžmentu preduzeća među koje svakako spadaju pijace i veletržnice. Usporavanje ekonomske aktivnosti takođe će smanjiti budžetske prihode koji će sa predloženim merama vlade Srbije pokušati da smanji budžetski deficit. (Pavlović i dr., 2020).

Usporavanje ekonomske aktivnosti svakako smanjuje budžetske prihode. U zavisnosti od stepena prilagodljivosti privrede šteta i deficit će biti manji. Savremena digitalna tehnologija u globalnoj ekonomiji omogućava i bržu komunikaciju ali i brže raspoređivanje tehnoloških kapaciteta za proizvodnju. Imajući u vidu imperativ proizvodnje hrane čak i u doba krize, svetska i domaća iskustva, empirijski rezultati poslednje pandemije mogu u budućnosti omogućiti dobar model borbe privrede u kriznim situacijama.

### **Marketing odnosi s javnošću u kriznim situacijama**

Marketing odnosi s javnošću u kriznim situacijama predstavljaju takvu aktivnost preduzeća koja omogućava rad i opstanak na tržištu. Kriza izazvana pandemijom kovid-19 spada u najveće globalne krize s obzirom da pored ekonomskih ugražava zdravlje i život ljudi. Imajući to u vidu pijace kao kanal marketinga poljoprivrednih proizvoda imaju posebnu odgovornost i obavezu.

Pijace vođene konceptom komunikacije u tim okolnostima treba da usvoje posebne strategije i menadžerske veštine usmerene na javnost i potrošače.

Nov pristup strategijskom upravljanju preduzećem i odnosima s potrošačima podrazumeva implementaciju usvojenih generičkih i pomoćnih strategija kako bi preduzeće opstalo na tržišnoj "utakmici". (Prdić i dr., 2019).

Ako pod novim usvojenim strategijama podrazumevamo i koncept aktivnosti u doba krize, jasno je da primena inovacija i informatičkih komunikacija ima poseban značaj u komunikaciji sa javnošću. Efekti takve strategije su mogući, ukoliko postoji interes svih zainteresovanih strana u lancu snabdevanja pijaca. Opstanak na tržištu u doba krize, takođe je cilj pomoćnih strategija pijaca zbog same zabrinutosti za poslovanje ali i odgovornosti za snabdevanje ljudi. Optimizacija konkurentnosti predstavlja jedan od osnovnih elemenata savremenog sajamskog marketinga, pri čemu značaj konkurentnosti dobija sve veću težinu. (Prdić, 2017).

Inovacioni i komunikacijski procesi su nesporno jedan od najvažnijih elemenata za održavanje konkurentne prednosti pijaca. Inovacione komunikacijske strategije posebno imaju značaj u doba krize. Treba imati u vidu da su poljoprivredni sajmovi deo savremenog tržišta u poljoprivredi. Na njima se prvo i uspostavljaju modeli komunikacije u agro sektoru. I za poljoprivredne sajmove, veletržnice i pijace karakteristično je, da se bave prometom poljoprivrednih proizvoda. Obzirom da su deo procesa trgovine u poljoprivredi a radi bolje komunikacije u doba krize, neophodno je uspostaviti rad na principima savremenog marketinga i marketing odnosa s javnošću sa kupcima i potrošačima. Masovni mediji igraju ključnu ulogu u procesu širenja informacija, kao i u procesu kreiranja svesti, jedan od ključnih instrumenata je propaganda. (Bjelajac i dr., 2021 ). Društvene mreže postale su oblik svakodnevnog privatne ili i poslovne komunikacije. (Kostić, 2022).

Slika koju u javnosti imaju pijace u doba krize neposredni su faktori koji utiču na pravce njihovog kretanja na tržištu. Nove okolnosti, izazovi promene određenih zakona, smanjenje privrednih tokova, teške norme života, samo su deo promenljivih okolnosti na tržištu.

To znači da su masovni mediji ključni faktor u kreiranju mišljenja i ponašanja ljudi uopšte, ali i kao potrošača. U takvom dobu kreiranja svesti, propaganda može da ima odlučujuću ulogu, pa je potrebno biti obazriv i spreman na posebne načine rada. Pijace moraju imati dobar publicitet u doba krize zasnovan na njihovom tradicionalnom identitetu i imidžu. Uticaj marketing odnosa s javnošću u kriznim situacijama može biti važniji i od kvaliteta samih proizvoda na pijaci, posebno kada je reč o kupovini proizvoda i konkurentskih poteza. Etika i društvena odgovornost su tradicionalne prednosti marketing odnosa s javnošću koje su kod pijaca realno primenjive.

Apelujemo na sve naše sugrađane da se pridržavaju svih propisanih mera kako bi što pre uživali u izboru svežih i raznovrsnih proizvoda koje nude beogradske pijace. ([www.bgpijace.rs](http://www.bgpijace.rs)). JKP "Tržnica" Niš podseća sve naše sugrađane koji dolaze na niške pijace, da se pridržavaju mera Vlade Republike Srbije, da drže propisanu distancu prilikom obavljanja kupovine, kao i da nose zaštitne maske. ([www.trznicanis.rs](http://www.trznicanis.rs)). Podsećamo kako je držanje distance i nošenje maske obavezno prilikom bilo koje posete novosadskim pijacama. ([www.nstrznica.co.rs](http://www.nstrznica.co.rs)).

Kada je u pitanju poslovanje pijaca u Srbiju u doba krize izazvane pandemijom kovid-19, uviđamo da je komunikacija sa potrošačima svedena na nivo javnih obaveštenja i preporuka. Imajući u vidu značaj pijaca u percepciji potrošača, neophodno je uspostaviti model efikasne komunikacije. Ovim modelom koji podrazumeva definisanje pijaca u komunikacijskom miksu preduzeća i njegov doprinos efektima poslovanja, cilj je zadržati konkurentsku poziciju i ostvariti usvojene planove. Model efikasne komunikacije, pijace mogu ostvariti primenom intenzivnih i interaktivnih komunikacija sa potrošačima putem marketing odnosa s javnošću. Istraživanje pokazuje da se krize veoma loše odražavaju na poslovanje pijaca te da je dobra komunikacija sa potrošačima i ostalom javnošću jedini način očuvanja ekonomske pozicije pijaca.

## **Kritički osvrt i preporuke istraživanja u svrhu održivosti poslovanja pijaca u kriznim situacijama**

Pristup globalnom tržištu zahteva posebno usvojene strategije nacionalne privrede prilagođene uslovima poslovanja. Takva strategija mora imati osnovni cilj prilagođavanja i pozicioniranja nacionalne privrede na regionalnom i drugim tržištima. Najnovije tendencije poslednjih desetak godina u razvijenim zemljama ukazuju na činjenicu da su zelene pijace vratile stari ugled prodajom svežih proizvoda koji su mnogo kvalitetniji nego u drugim prodajnim centrima. (Kuzman et al., 2022).

Konkurentnost privrede podrazumeva primenu intenzivne strategije diferencijacije i segmentacije tržišta. Prosečna cena identifikuje prosečne troškove finansiranja iz pojedinih izvora koji se mogu minimizirati adekvatnim planiranjem strukture kapitala. (Avakumović i dr., 2021). Jedan od najbitnijih segmenata strategije konkurentnosti srpske privrede podrazumeva primenu inovacija i informatičkih uslova poslovanja. Kod pijaca kao malih pojedinačnih poslovnih subjekata primena ovih tehnologija bitna je za prepoznavanje, učenje i rešavanje problema korisnika zakupa i algoritama ponašanja potrošača. (Prdić, 2022).

Marketing strategija pozicioniranja srpske privrede u kriznim situacijama podrazumeva planski pristup i vitalnost prilagođavanja poslovanja preduzeća spoljnim uslovima. Informatička revolucija omogućila je sposobnima da na vreme zauzmu tržišne pozicije. Marketing odnosi s javnošću i istraživanje konkurentnosti osnovni su preduslovi za zadovoljenje zahteva globalnih potrošača. Ako za primer uzmemo poljoprivredu i veliki broj ruralnih područja srpska privreda mora poslovati na primeni poslovnih znanja kao izvora konkurentnosti. Posmatrajući pijace sa ovog aspekta uočavamo da su one globalne institucije trgovine u smislu tradicionalne vrednosti prilagođene savremenim uslovima poslovanja u doba krize. Dodatni značaj pijacama u globalnim razmerama daje kreiranje sopstvene kulture i tradicije u poljoprivrednoj proizvodnji.

Uslovi poslovanja između država približne razvijenosti iz zemalja EU i Srbije pokazuju da je primena inovacija osnova konkurentne prednosti. Uslovi poslovanja koje je neophodno poznavati kako bi se osmislila konkurentna i marketing strategija odnose se na pojedinačne uslove poslovanja u drugim zemljama. Poznavanje i primena tih uslova putem marketing odnosa s javnošću treba da uklanja barijere u poslovanju i zauzme snažne pozicije na tržištu. Poljoprivredna proizvodnja svakako može biti strateška prednost Srbije na tržištu EU. Kriza daje dodatni zamajac odluci za analizu poslovanja zemalja približne ekonomske razvijenosti.

Državna pomoć je postupak države kojim se obezbeđuju ekonomske koristi za pojedina pravna lica, ili grupe pravnih lica, koja ispunjavaju određene kriterijume za dobijanje pomoći. (Milojević i dr., 2020). Poslovanje u globalnim uslovima u velikoj meri zavisi od državne pomoći i od državnih davanja. Ovim davanjima omogućava se poslovna stabilnost preduzeća i daje šansa i prilika za održivo poslovanje i pozicioniranje na drugim tržištima. Državna pomoć u poljoprivredi ima poseban značaj jer predpostavlja ostvarivanje postavljenih ciljeva kroz održivi rast i plansku analizu. Sistemska analiza u odobravanju državne pomoći u poljoprivredi treba da polazi od domaćih proizvođača, izvoza, razvoja trgovine i promocije putem poljoprivrednih sajмова, veletržnica i pijaca. Danas su javni rashodi usmereni na ostvarivanje različitih ciljeva vlade koji uključuju ekonomski razvoj, socijalne ciljeve i redistribuciju dohotka. (Mihajlović i dr., 2022). Državna pomoć u kriznim situacijama je neophodna i bezuslovna. Uloga savetnika u poslovanju organizacije u poslednjoj deceniji se stalno povećava. (Zubović, 2008).

Suštinu postojanja savetnika u poslovanju u globalnoj privredi je da omogući preduzeću ostvarivanje poslovnih ciljeva. Savetnik je institucija koja će vam pomoći da se pozicionirate na globalnom tržištu. Savetodavna uloga omogućava bolji nivo poverenja poslovnih partnera i potrošača. Posmatrajući pijace iz ugla savetnika uočavamo njihovu neophodnost. Visok nivo konkurencije u prodaji poljoprivrednih proizvoda u suštini je neophodan za analizu dubinskih performansi pijaca. Nedostatak poljoprivrednih



proizvoda u doba krize daju savetniku dodatnu moć da uz ekonomske analize stanja predlaže adekvatna rešenja.

Nakon sprovedenih istraživanja poslovanja pijaca u kriznim situacijama nameće se zaključak, da su pijace samo deo poljoprivrede i ukupne privrede. Iz tog ugla je neophodna studiozna analiza strategijske pozicije i definisanja poslovanja u doba krize. Analizirajući stanje privrede, globalnu konkurentnost, državna davanja uočavamo da pijace u Srbiji nemaju definisanu strategiju marketing komunikacije. Strategija poslovanja pijaca mora biti deo planskog rada u kriznim situacijama utemeljena na stavovima javnosti i percepcijama potrošača. Preporuka za razvoj i upravljanje pijacama u Srbiji uopšte a pogotovo u kriznim situacijama jeste usvajanje koncepta u kojem je upravljanje zasnovano na znanju jedna od bitnih konkurentskih prednosti. Razvoj informatičke tehnologije a posebno interneta, daje strateški iskorak u tom pravcu. I ovaj aspekt upravljanja nije moguć bez primene znanja. Istovremeno, rezultati statističkog modeliranja, po svojoj vrednosti za praktično rešavanje zadataka, često su bliski rezultatima drugih metoda. (Savić i dr., 2022). Menadžment pijaca mora biti sposoban, otvoren i komunikativan u prihvatanju novih znanja. Sposobnost i znanje ima poseban značaj u kriznim situacijama. U ambijentu poslovanja u doba krize, veći značaj imaju vrhunski menadžeri koji imaju organizatorske i moralne sposobnosti u primeni rešenja snabdevanja stanovništva neophodnim i zdravim proizvodima. Iz svega navedenog marketing odnosi s javnošću imaju ključnu ulogu u snabdevanju ljudi putem pijaca. Rad pokazuje da je moguće unaprediti poslovanje pijaca primenom novih metoda, koje dosada nisu bile korišćene, a to su integrisane i intenzivne marketing komunikacije, čak i ako ekonomiju pogodi kriza koja se javlja "jednom u 100 godina" ili makar "jednom u generaciji".

### **Zaključak**

Rad je rezultat višegodišnjeg istraživanja autora teorijskih i empirijskih problema vezanih za poslovanje pijaca. Važnost prodaje poljoprivrednih proizvoda a prevashodno voća i povrća svakodnevno dobija na značaju. Pojava velikog broja

konkurentskih preduzeća samo doprinosi aktuelnosti teme, a posebno činjenica da se radi o proizvodima koji su neophodni u ishrani i zdravlju ljudi. Poseban aspekt i predmet istraživanja odnosi se na pandemiju kovid-19. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku ukupna vrednost prometa poljoprivrednih proizvoda na pijacama u Republici Srbiji u 2020 u odnosu na 2019. godinu, manja je u tekućim cenama za 6,3%. U strukturi vrednosti prometa poljoprivrednih proizvoda u 2020. godini najviše učestvuju sledeće grupe proizvoda: povrće 33,7%, voće i grožđe 18,6%, mleko i mlečni proizvodi 13,6% i živina i jaja 12,8%. Ovaj pad prometa može se vezati za period od 30 dana kada pijace nisu radile u vreme pandemije kovid-19. Prema podacima udruženja pijaca Srbije tržišni udeo prometa poljoprivrednih proizvoda na pijacama, u odnosu na prodaju i otkup proizvoda, poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u Republici Srbiji u 2019. godini, bio 24,75%, što znači da je četvrtina poljoprivrednih proizvoda plasirana na pijacama.

Sprovedena istraživanja omogućila su ostvarivanje osnovnog cilja rada da prikažemo značaj pijaca u trgovini poljoprivrednim proizvodima. Rezultat istraživanja ukazuje da su pijace u periodu krize izazvane pandemijom kovid-19 i dalje najvažniji kanal prodaje i marketinga. Potvrdu ovoj tvrdnji pokazuju i podaci Republičkog zavoda za statistiku da je ukupna vrednost prometa poljoprivrednih proizvoda na pijacama u 2020. godini, manja za 6,3% u tekućim cenama u odnosu na 2019. godinu. Ako ovom dodamo i činjenicu da su skoro svi konkurentski trgovinski objekti radili i u vremenu prestanka rada pijaca, zaključak je da su pijace i dalje u osnovnoj percepciji potrošača. Imajući u vidu da se osnovni cilj rada koncentriše na istraživanje uloge, značaja i efekata komunikacije pijaca sa potrošačima i ostalom javnošću u kriznim situacijama, sa posebnim aspektom na pandemiju kovid-19, možemo zaključiti da pijace nisu uspostavili efikasan model komunikacije. Pijace su putem društvenih mreža i sopstvenih sajtova obaveštavale potrošače i javnost o postupanjima u doba krize sa jedne strane, ali nisu uspostavili jedinstvenu integrisanu i intenzivnu marketing komunikaciju putem marketing odnosa s javnošću sa druge strane. Na osnovu rezultata istraživanja pozicije

pijaca u kriznim situacijama, neophodno je izvesti zaključke i otkloniti dileme koje su vezane u komunikaciji sa potrošačima i ostalom javnošću u kriznim situacijama, koje će omogućiti ostvarivanje ekonomskih i komunikacijskih ciljeva pijaca. Prikazanim istraživanjem stvara se pouzdana osnova za izvođenje zaključaka da se integrisanom i intenzivnom marketing komunikacijom mogu uspostaviti dobri odnosi sa potrošačima i ostalom javnošću koji će omogućiti ostvarivanje ekonomskih i komunikacijskih interesa pijaca u kriznim situacijama.

### Literatura

1. Avakumović, J., Stanojević, S., Marjanović, N., Rajković, A. (2021). Menadžment cene kapitala u svrhu donošenja investicionih odluka preduzeća, *Akcionarstvo* Vol. 27, No 1: 89-106.
2. Beraha, I., Đuričin, S. (2020). The impact of COVID-19 Crisis on Medium-sized Enterprises in Serbia, 53 (1), <https://doi.org/10.28934/ea.20.53.1.pp14-27>.
3. Bjelajac, Ž., Filipović, A., Banović, B., (2021). Instruments of support in promotion of healthy food and food safety culture, *Ekonomika poljoprivrede*, 68 (1), 241-255. doi: 10.5937/ekoPolj2101241B.
4. Boiko, V., Kwilinski, A., Misiuk, M., Boiko, L., (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland, *Economic Annals-XXI*,1-2, 68-72.
5. Duvnjak, S. (2013). *Pravci razvoja pijachne delatnosti u Republici Srbiji*. Beograd: Poslovno udruženje Pijace Srbije.
6. Experimental Market, *Management Science*, 60, 753-769.
7. Grubor, A. (2012). Segmentacija, targetiranje i pozicioniranje u globalnom marketingu. *Anali ekonomskog fakulteta*, 28, 123-131.
8. Ivanović, Đ., Antonijević, M., (2020). The Role of Online Shopping in the Republic of Serbia During COVID-19, 53 (1), <https://doi.org/10.28934/ea.20.53.1.pp28-41>.
9. JKP Beogradske pijace, pristupljeno, 21.6.2021, [www.bgpijace.rs](http://www.bgpijace.rs).

10. JKP Tržnica, pristupljeno, 15. 06. 2021, [www.nstrznica.co.rs./riblja-pijaca](http://www.nstrznica.co.rs./riblja-pijaca).
11. JKP Tržnica, pristupljeno, 28.6.2021, [www.trznicanis.rs](http://www.trznicanis.rs)
12. Lovreta, S. (2008). *Strategija i politika razvoja trgovine Republike Srbije*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
13. Milojević, I., Mihajlović, M. (2020). Računovodstveni tretman državnih davanja i obelodanjivanje državne pomoći, *Kulturapolis*, 42, 919-630. <https://kpolisa.com/index.php/kp/article/view/198>.
14. Mihajlović, M., Savić, A. (2022). Uloga budžeta u finansiranju sistema odbrane Republike Srbije, *Ekonomist*, Novi Sad, 1(1), str. 16-28, ISSN 2812-9598.
15. Ostojić, A., Drinić, LJ., Mirjanić, S., Vaško, Ž., Rokvić, G., Mrdalj, V., Figurek, A. 2013. Promet poljoprivrednih proizvoda na zelenim i stočnim pijacama u Republici Srpskoj, *Agroznanje*, 14 (4), 523-533.
16. Pavlović, D., Bodroža, D., Vukmirović, V., (2020). The Economic Impact of the COVID-19 on the Serbia Labor Market: Statistics and Facts, 53 (1), 1-13.
17. Petrović, M.D., Ledesma, E., Morales, A., Radovanović, M.M., Denda, S. (2021). The Analysis of Local Marketplace Business on the Selected Urban Case-Problems and Perspectives, *Sustainability* 2021, 13, 3446. <https://doi.org/10.3390/su13063446>.
18. Prdić, N, Prdić, I. 2019. Pijace kao mesto prodaje domaćih poljoprivrednih proizvoda, IX međunarodni poljoprivredni simpozijum“ Održivi razvoj savremene poljoprivredne proizvodnje”, 156-164.
19. Prdić, N, Prdić, I. (2022). Mobilni uređaji u funkciji prodaje na pijaci, *Ekonomist*, Novi Sad, 1 (1), str 7-15. ISSN 2812-9598.
20. Prdić, N. (2017). Competition of Fairs on the Basis of the Composition Distribution, *Industrija*, 3, 23-37. DOI: 10.5937/industrija45-13274.
21. Prdić, N., Kuzman, B., Damjanović, J. (2019): Marketing research in the function of business efficiency, *Ekonomikapoljoprivrede* 66(4), 1039-1054. doi: 10.5937/ekoPolj1904039P

22. Kostić, S. (2022). Istraživanje uticaja marketinga na društvenim mrežama na lojalnost potrošača brendu u Republici Srbiji, *Ekonomist*, Novi Sad, 1(1), str. 55-64, ISSN 2812-9598.
23. Kuzman, B., Prdić, N., Kostić, S. (2022). *Interdependence of interes of sellers and consumers by selling agricultural products on marketplaces*, *Economics of agriculture*, 69 (3), pp. 697-711, doi:10.5937/ekoPolj2203697K.
24. Savić, A., Krstić, D. (2022). Karakteristike statističkog modeliranja ekonomskih zakonitosti, *Ekonomist*, Novi Sad, 1(1), str. 43-54, ISSN 2812-9598.
25. Tešić, R., Mihajlović, M., Jeremić, D., Ilić, Đurđijana. (2021). Strategija diversifikacije kao nužnost opstanka, rasta i razvoja proizvodnih preduzeća, *Akcionarstvo* Vol. 27, No 1: 27-40.
26. Zarić, V., Kovačević, D., Jovanović, V. (2016). Direktni marketing poljoprivrednih proizvoda u Republici Srbiji – Mogućnosti i ograničenja. *Ekonomске ideje i praksa*, 21, 59-76.
27. Zubović, J. (2008). Personality Model in Human Resources Management, *Economic Analysis*, 1-2, 3-9.

## **MARKETPLACE OPERATIONS IN CRISIS SITUATIONS WITH SPECIAL REFERENCE TO COMMUNICATION WITH CONSUMERS AND THE PUBLIC**

### ***Abstract***

*Crises are situations in which the operations of marketplaces as traditional institutions come under objectively unexpected circumstances. The latest crisis caused by the Covid-19 pandemic is the main subject of research. The goal is to define the strategy of market relations with consumers based on theoretical, empirical and research results. The conducted research is based on the application of special knowledge methods and marketing research methods. Research results show that even in crisis situations, marketplaces are one of the most important sales and marketing channels for supplying consumers. Research shows that crises have a very bad effect on the business of marketplaces and that good communication with consumers and the rest of the public is the only way to preserve the economic position of marketplaces. The presented research creates a reliable basis for drawing conclusions that integrated and intensive marketing communication can establish good relations with consumers and the rest of the public, which will enable the realization of the economic and communication interests of the market in crisis situations.*

**Key words:** *marketplaces, covid-19, marketing public relations, consumers, pandemic*

Datum prijema / Date of arrival: 07.03.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 28.04.2022.

Ilija Životić<sup>8</sup>  
Kristijan Ristić<sup>9</sup>  
Bruno Đuran<sup>10</sup>  
Jasmina Šmigić Miladinović<sup>11</sup>

## ULOGA BEZBEDNOSNOG MENADŽMENTA U OTKRIVANJU VEZA OFŠOR POSLOVANJA BANAKA I PRANJA NOVCA

Pregledni rad

UDK: 658.1:336.227.2/.3  
343.53:336.741.1  
005.334:336.71

### **Rezime**

*Globalizacija je pojam koji donosi pozitivne i negativne promene u okruženju. Ona direktno ili indirektno i jednako ili nejednako uređuje ekonomiju društva, politiku države i društvene odnose između ljudi. Njen uticaj na promene u okruženju ima različite društvene, ekonomske, tehničko-tehnološke, idejno-kulturne, vojne i političke posledice. Globalizacija zahvata sve sfere individualne i kolektivne egzistencije ljudi, naroda i država. Usvajanje međunarodnih regulatornih okvira i standarda koji se primenjuju na nivou svih država je sve više izvesno. Sa pojmom globalizacija, bitni elementi se u sistemima, koji imaju moć i silu, iz korena menjaju, odnosno regulatorni okviri međunarodnog ekonomskog, globalnog političkog, geopolitičkog i vojnobezbednosnog sistema se modifikuju i prilagođavaju trenutnim uslovima.*

---

<sup>8</sup> docent, dr Ilija Životić, Univerzitet Union "Nikola Tesla", Fakultet za inženjerski menadžment, Bulevar vojvode Mišića 43, Beograd, R. Srbija, email: [ilijazivotic@gmail.com](mailto:ilijazivotic@gmail.com)

<sup>9</sup> Vanredni profesor, dr Kristijan Ristić, Univerzitet MB, Poslovni pravni fakultet, Knez Mihajlova 33, Beograd, Srbija, E-mail: [kristijanristic.fvim@yahoo.com](mailto:kristijanristic.fvim@yahoo.com)

<sup>10</sup> Vanredni profesor, dr Bruno Đuran, Univerzitet za poslovne studije, Jovana Dučića 23a, Banaja Luka, BiH

<sup>11</sup> dr Jasmina Šmigić Miladinović, Akademija strukovnih studija Kosovsko Metohijska, Dositeja Obradovića BB, 38218 Leposavić, Republika Srbija, e mail: [jasnacs0411@yahoo.com](mailto:jasnacs0411@yahoo.com)

**Ključne reči:** *globalizacija, menadžment, ofšor poslovanje i zemlje poreskog raja.*

## **Uvod**

Stavljanje u promet opojnih sredstava, nelegalna trgovina ljudima i ljudskim organima, nelegalna prodaja naoružanja i ubojnih sredstava, krađa dragocenosti, siva ekonomija, pranje novca i dr. su aktivnosti koje se mogu uvrstiti pod pojmom organizovani kriminal. Globalizacija, razvoj novih tehnologija, promena načina komunikacije, razmene i transporta i rast međunarodnih privrednih aktivnosti doveli su do pojave različitih pojmova organizovanog kriminala. Transnacionalni, internacionalni, međunarodni, profesionalni kriminal i kriminal belog okovratnika samo su neki od pojmova koji se koriste radi bližeg objašnjenja organizovanog kriminala. U današnjem svetu organizovani kriminal je prisutan u svakoj državi i nije individualni problem, već je globalizovan. Jedan od glavnih uzroka organizovanog kriminala je profit odnosno lak vid zarade tj. ostvariti veliku zaradu preko noći.

Dobit ostvarena posredstvom organizovanog kriminala legalizuje se putem aktivnosti koju nazivamo pranje novca. Pranje novca prisutno je i na nacionalnom i globalnom nivou. Ovakva zarađena dobit se uključuje u regularne finansijske i privredne tokove i ima za cilj da utiče na određene ekonomske i geopolitičke procese. Na taj način se prikrivaju ilegalni izvori nastanka novca i fenomen pranje novca se sprovodi u funkciji finansiranja terorizma. Terorizam se često dovodi u vezu sa organizovanim kriminalom. U pojedinim istraživanjima terorizam je predstavljen kao jedna od dimenzija organizovanog kriminala. Za razliku od organizovanog kriminala koji ima imovinski, probitačan i neideološki karakter, terorizam ima unosan, sanjalački i mislilački karakter. Organizovani kriminal se sprovodi korupcijom i zastrašivanjem organa izvršnih vlasti. Terorizam, s druge strane, sprovodi se primenom fizičkog nasilja na organe izvršne vlasti.

Globalizacija određuje karakter svih segmenata savremenog društvenog života. Usled globalizacije, mnogi teoretičari su



značajnu pažnju posvetili tumačenju raznih oblika njenog delovanja. U vezi s tim, terorizam se definiše kao dugotrajan proces, koji se javlja u raznim oblicima i iz raznih izvora, sa posledicama katastrofalnim za ljudsko društvo. U 21. veku prisutan je terorizam na svakom koraku, u svakoj državi, gradu, opštini, selu i ustanovi, bez obzira na nacionalne, religiozne ili ideološke granice. Uporedo sa terorizmom, ljudsko društvo je izloženo ekonomskoj, finansijskoj i medijskoj globalizaciji. Veza između ova dva fenomena postoji, a kolika je značajna ostaje pitanje koje se istražuje i analizira u zavisnosti od mnogih uslova. S obzirom na njihovu povezanost, može se reći da je terorizam podložan globalizaciji i da se u zavisnosti od nje on modifikuje. Terorizam koji je prisutan u više država dobija karakter međunarodnog terorizma i predstavlja pretnju međunarodnom miru i bezbednosti. Savet bezbednosti Ujedinjenih nacija je na osnovu terorističkog napada 11. septembra 2001. godine usvojio dve rezolucije. Rezolucija 1368 je osudila terorističke napade i priznala pravo na individualnu i kolektivnu samoodbranu, a u skladu sa članom 51. Povelje. Rezolucija 1373 je potvrdila pravo na samoodbranu, koje je priznato rezolucijom 1368. Ovaj teroristički napad smatra se glavnom prekretnicom definisanja pojma terorizma. Metod koji je korišćen u tim napadima, dovodi do promena tadašnjeg definisanja pojma terorizma i tadašnjih metoda za njegovo suzbijanje i sprečavanje. Da bi se terorizam suzbio ili sprečio, neophodna je realna analiza ekonomsko-socijalnih, političkih i kulturnih uslova u kojim dolazi do pojave terorizma. Uglavnom se u prvi plan stavljaju posledice terorizma, dok se uslovi i uzroci njegovog nastanka zanemaruju. Terorizam se najčešće suzbija upotrebom vojne sile kao što je angažovanje vojnih trupa u Avganistanu, raspoređivanje američkih vojnih efektivna u centralnoazijskim zemljama i bivšim sovjetskim republikama.

### **Uloga i značaj zemalja poreskog raja**

U današnje vreme terorizam predstavlja najveću opasnost za razvoj ljudskog društva. Kod razmatranja određenih mera i aktivnosti za njegovo suzbijanje i sprečavanje treba značajnu pažnju usmeriti na poreske rajeve. Poreskim rajevima nazivaju se zemlje gde poreza

nema ili su veoma niski da bi im se pridala posebna značajnost. Procedura oporezivanja u takvim zemljama je veoma jednostavna. Lica koja poseduju novčana sredstva u takvim zemljama su maksimalno zaštićena u pogledu finansijske privatnosti (Gogić, 2022). Zemlje poreskog raja poznate su i kao ofšor finansijski centri (engl. *Offshore Financial Centers – OFC*). Organizacija Ujedinjenih nacija (engl. *United Nations - UN*) definisala je Ofšor finansijske centre odnosno Zemlje poreskog raja kao centre ili zemlje u kojima banke upravljaju stranom imovinom u korist inostranih lica. Forum za finansijsku stabilnost (engl. *The Financial Stability Forum – FSF*) definisao je Zemlje poreskog raja kao zemlje u kojima je poresko zakonodavstvo uređeno niskim porezima, a u cilju prikupljanja većeg broja aktivnosti fizičkih lica sa stalnim prebivalištem u inostranstvu.

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (engl. *Organisation for Economic Cooperation and Development – OECD*) formulisala je tri bitna elementa za prepoznavanje zemalja poreskog raja (Hemed, 2022):

- Zemlje poreskog raja nemaju nominalne poreze ili ih imaju samo za određene situacije. Takođe nemaju poreze na dohodak ili ih imaju sa minimalnim poreskim stopama. Nemaju obavezu plaćanja poreza na kapitalnu dobit i nasledstvo. Zemlje koje se nazivaju poreskim rajem, nude nerezidentima da svoja novčana sredstva prebace na njihovoj teritoriji, kako bi izbegli oporezivanje u svojim zemljama.
- Zemlje poreskog raja ne pružaju informacije javno o svojim klijentima i nisu transparentne.
- Zemlje poreskog raja imaju zakonski regulatorni okvir i praksu prema kojoj su podaci klijenata zaštićeni od uvida bilo kojih organa.

### **Globalizacija u zemljama poreskog raja**

Izbegavanje ili smanjenje plaćanja poreske obaveze nastaje sa pojavom oporezivanja. Zemlje poreskog raja nastale su u 12. veku kao posledica poreske konkurencije. Međutim postoje brojna

mišljenja da su one nastale u 8. veku i primer za to je Vatikan, koji je prvi imao takav poreski status.

U 19. veku u pojedinim zemljama prihvaćen je koncept *Flags of convenience*. Navedeni koncept se koristi od strane brodova koji ne plove pod zastavom države svog vlasnika, već su oni prijavljeni u zemljama sa slabim zakonskim regulatornim okvirom, minimalnim poreskim stopama i prilagodljivim uslovima rada (Abbott et al., 2017). Takođe u 19. veku uticaj na postojanje većeg broja zemalja poreskog raja doprinele su odluke sudova Velike Britanije. Oni su izneli stav da su međunarodna preduzeća, čiji se organi upravljanja nalaze u Engleskoj, u obavezi da se oporezuju u skladu sa Engleskim zakonodavstvom. To je dovelo da preduzeća svoje upravne organe izmeste u drugim zemljama sa poreskim olakšicama. Veći broj zemalja pružio je određene poreske olakšice međunarodnim preduzećima i na taj način privukle su brojne klijente.

Na postojanje većeg broja zemalja poreskog raja uticali su i Prvi i Drugi svetski rat. Oba rata doveli su do povećanje poreskih stopa za sve oblike oporezivanja, što je imalo za cilj da obnovi i podigne privredu i društvo na noge. Švajcarska, država koja je bila neutralna u oba rata, nije imala potrebu za obnavljanje privrede i mogla da je održi niske poreske stope. To je dovelo da ona bude konkurentnija u odnosu na ostale države koje su učestvovala u ratu. Veliki broj preduzeća je svoj kapital izmestio u švajcarske banke, a najveći broj preduzeća je bio iz zemalja Rusije, Nemačke i Južne Amerike.

Od 1920. godine veliki broj građana Velike Britanije, Kanade i SAD, kao i transnacionalne korporacije su svoja bogastva prebacili na ostrvo Bermuda i Kamanska ostrva. Imali su za cilj da izbegnu plaćanje poreza i smanje svoje troškove. Od 1960. godine banke SAD formiraju ispostave u zemljama poreskog raja, kako bi izbegli obaveznu propisanu zakonsku regulativu u svojim zemljama i oporezivanje visokim poreskim stopama.

Godine 1970. Luksemburg svojim poreskim olakšicama na prihode od dividendi, niskim poreskim stopama na dohodak i garancijom čuvanja podataka i informacija privukao je bogate investitore iz

Belgije, Francuske i Nemačke da svoj kapital presele u toj zemlji. Iste godine, Bahrein, koji se nalazi na arapskom poluostrvu, usvojio je bankarske zakone i dozvolio poreske podsticaje koje olakšavaju apsorpciju ofšor banaka.

Zemlje poreskog raja su u periodu posle dva svetska rata prošle tri faze razvoja (Poon et al., 2019). Prva faza razvoja obuhvata razdoblje od 1920. do 1950. godine. U toj fazi zemlje poreskog raja su najpre smatrane zemljama u kojima su bogati građani izbegavali plaćanje poreza na dohodak građana. Druga faza odnosi se na period od 1950. do 1980. godine, gde je došlo do značajnog porasta broja zemalja poreskog raja. Doprinos povećanju broja zemalja poreskog raja, pružile su korporativne grupe, koje su odlučile da posluju sa zemljama sa niskom stopom poreskog opterećenja umanjujući na taj način svoje poreske obaveze. Zbog česte prakse, veliki broj zemalja je ograničio primenu ugovora o izbegavanju dvostrukog oporezivanja sa zemljama sa niskom stopom poreskog opterećenja. Time su zemlje osigurale svoje javne prihode koje se ostvaruju po osnovu plaćanja poreza na dobit. Treća faza obuhvata razdoblje posle 1980. godine, u kojoj je veći broj zemalja poreskog raja izmenio svoj regulatorni okvir, tako što je ukinuo oporezivanje na lokalnom nivou i stvorio bolje uslove za nerezidente.

### **Ofšor poslovanje u zemljama poreskog raja**

U zemljama poreskog raja osnovne ekonomske aktivnosti čine sledeće usluge koje se pružaju nerezidentima (O'Donovan et al., 2019):

- usluge bankarskog poslovanja,
- upravljanje investicionim i penzionim fondovima,
- usluge osiguranja,
- trgovinske i agencijske usluge,
- usluge planiranja poreskih obaveza i
- ostale profesionalne finansijske usluge.

Nerezidenti u zemlji poreskog raja prenose svoja novčana sredstva, koja se putem usluga finansijskih posrednika plasiraju u vidu investicija ili pozajmica u zemlji u kojoj su i stečena. Time nije izbegnuto oporezivanje u zemlji u kojoj su stečena novčana

sredstava, ali je omogućeno da ona ne budu predmet dodatnog oporezivanja. To dovodi do lakog prekrivanja novčanih sredstava zarađenim nekim oblikom organizovanog kriminala odnosno pruža mogućnost da se takav novac bez poteškoća uvede u legalne finansijske tokove.

U zemljama poreskog raja se holding korporacijama omogućavaju značajne pogodnosti u odnosu na zemlje u kojima su osnovane. Time nerezidenti odnosno vlasnici navedenih korporacija u drugoj zemlji poreskoj raja osnivaju kompaniju sa kapitalom stečenim u matičnoj zemlji. Upravljanje novoosnovanom kompanijom se vrši iz druge zemlje poreskog raja, u kojoj je vlasnik matične kompanije rezident. Na taj način holding kompanija finansira sve transakcije novoosnovane kompanije, a dobit tj. dodatna novčana sredstva ostvarena u novoosnovanoj kompaniji se raznim vidovima transfera prebacuju u matičnu kompaniju. Najčešći metod poslovanja novoosnovanih kompanija je kreiranje fiktivnih troškova odnosno ostvarena dobit se iz ošor centra sa visokim poreskim stopama prenosi u ošor centar sa niskim poreskim stopama. Fakturisanjem fiktivnih troškova za usluge osiguranja ili konsaltinga, se ostvarena dobit umanjuje u zemlji matične kompanije.

Pored fiktivnih troškova, metod transfernih cena zauzima posebno mesto u ošor poslovanju (Savić & Milojević, 2019). Javlja se prilikom nabavke dobara ili ugovaranja usluga u jednoj zemlji i njihove prodaje ili pružanja u drugoj zemlji. Matična kompanija koja vrši nabavku robe i usluga fakturiše je bez razlike u ceni njenog ulaza i izlaza i beleži transfernu cenu. Na taj način ošor kompanije putem refakturisanja ostvaruju profit u novoosnovanoj kompaniji u zemlji poreskog raja. Tako ostvaren profit može da se koristi za dalje poslovanje matične kompanije ili za finansiranje nelegalnih aktivnosti i terorizma.

Internacionalne biznis korporacije predstavljaju značajan primer ošor korporacija (Chandraeva et al., 2020). One su osnovane sa ciljem poslovanja u zemljama poreskog raja. Svoj kapital mogu povećavati i emitovanjem akcija i obveznica, pod uslovom da ne postoji javni centralni registar akcionara u zemlji poreskog raja.

Njihove osnovne aktivnosti su da upravljaju investicionim fondovima ili da upravljaju deviznim operacijama, ako su u pitanju ofšor banke. Ofšor banke u odnosu na svoju matičnu banku vrše računovodstvene usluge, usluge nadzora i transfera sredstava. Nemaju obavezu plaćanja poreza na kapital, na odbitak po osnovu dividenda i kamata, na finansijske transakcije, na dobit i kapitalnu dobit. U okviru ofšor bankarskog poslovanja ne postoji poreska kontrola i ne zahteva se izveštavanje o svim vrednosnim podacima i informacijama (Wojcik et al., 2018). Na taj način postoji mogućnost da se prikrije trag novčanim sredstvima, njihovim transferom u razne imovinske oblike.

U ofšor finansijskim centrima svoj kapital prebacuju imućni pojedinci i vlasnici multinacionalnih kompanija, kako bi se zaštitili od kontrole njihovih sredstava, tačnije od utvrđivanja njihovog porekla i načina sticanja. Prebacivanjem kapitala u takvim centrima vlasnicima se obezbeđuje garancija tajnosti i obezbeđenje od njihove zaplene i konfiskacije.

U današnjem svetu ofšor poslovanje je veoma razvijeno i za to imamo primere u mnogim zemljama. Pored Njujorka, Tokija, Hongkonga i Londona, Kajmanska ostrva se smatraju najvećim bankarskim centrom u kojem je registrovano oko 600 banaka, oko 500 milijardi dolara u depozitu, oko 40000 ofšor kompanija, oko 2200 investicionih fondova, oko 500 osiguravajućih društava. Na Bahamima je registrovano oko 600 investicionih fondova, oko 100 hiljada internacionalnih biznis korporacija, oko 430 poslovnih i investicionih banaka i oko 50 osiguravajućih društava. Prema izveštajima KPMG, uzimajući za parametar veličinu kapitala korporacija koje su osnovane bez obaveze fizičkog prisustva, Britanska Devičanska ostrva predstavljaju najveće ofšor zakonodavstvo (Đorđević & Mitić, 2020). Najrazvijeniji finansijski sektor, gde preko 90% svih računa su računi nerezidenata, ima Luksemburg. Austrija ima preko 20 miliona računa nerezidenata, na kojem su na raspolaganju preko 100 milijardi dolara depozita. Monako, kao mala država sa 30 hiljada rezidenta, ima sedamdeset finansijskih institucija koje vode približno 400 hiljade računa sa 45 milijardi dolara depozita.

Za prebacivanje kapitala u ove zemlje pored vlasnika korporacija, tu ubrajamo i organizacije, grupe i pojedince koji se dovode u vezu sa terorizmom. Ove zemlje se biraju jer pružaju visok stepen tajnosti, daju garanciju o poverljivosti vrednosnih podataka i ne pružaju obaveštenja organima za krivično gonjenje i procesuiranje zemlje prebivalište nerezidenta. Omogućavanju obavljanje sumnjivih poslova, izbegavanje plaćanje poreza i sve drugo što se dovodi u vezu sa pojmom pranje novca. Ove zemlje doprinose mogućnostima finansiranja organizovanog kriminala i terorizma. Određene organizacije koje se dovode u vezu sa kriminalom i terorizmom, često i neprikidno koriste ovaj vid mogućnosti za upravljanje svojim ilegalno stečenim sredstvima, kako im ista ne bi bila oduzeta ili konfiskovana.

Da bi se neka država suprostavila finansiranju terorizma i aktivnostima pranja novca, sprovode se određene mere, radnje i postupci od strane nadležnih državnih organa za njihovo suzbijanje. Time se štiti nacionalna bezbedenost svih država. Na nivou svake države jedno od značajnih aktivnosti je formulisanje i usvajanje strategije na globalnom nivou za borbu protiv pranja novca i finansiranje terorizma. Na taj način organizovanom borbom svih država sprečava se uvođenje nelegalno stečenog novca u legalne finansijske tokove.

### **Instrumenti ofšor poslovanja u zemljama poreskog raja**

Krajem 20. i početkom 21. veka ofšor poslovne aktivnosti postale su osnovno obeležje ovog razdoblja. U Republici Srbije postoji veliki broj kompanija, čiji su vlasnici rezidenti i nerezidenti, a koje posluju na neki način sa ofšor kompanijama. Na taj način se stvarno i pravno mesto odvijanja ekonomskih transakcija odvaja, kako bi se pribeglo određenim poreskim olakšicama i izbeglo plaćanje poreskih obaveza u zemlji u kojoj se i transakcija obavlja. To dodatno komplikuje razvoj Republike Srbije, a u cilju ispunjavanja kriterijuma i uslova koji se od nje zahtevaju u procesu pridruživanja zemljama Evropske unije.

Uloga ofšor finansijskih centara je da pružaju usluge finansijske prirode nerezidentima. Nerezidenti se rado odlučuju da budu

klijenti ofšor finansijskog centra, jer na taj način izbegavaju oporezivanje i pravnu regulativu zemlje u kojoj su rezidenti. Za razliku od ofšor finansijskih centara, zemlje poreskog raja su širi pojam. Ofšor finansijski centri postoje uglavnom u razvijenim zemljama poreskog raja i oni pružaju pravne i knjigovodstvene usluge pojedincima i kompanijama čiji su vlasnici nerezidenti u zemlji poreskog raja. Za postojanje ofšor finansijskog centra neophodno je da u toj zemlji poreskog raja postoji obučeno, visokostručno, specijalizovano i profesionalno osoblje koje će omogućiti da centar uspešno obavlja svoje funkcionalne zadatke. Zemlje poreskog raja koji imaju status egzotične zemlje, ne ubrajaju se u razvijene zemlje koje imaju stručan i kvalitetan kadar, te se može zaključiti da se u ovim zemljama ne formiraju ofšor finansijski centri. Najvećim ofšor finansijskim centrima smatraju se London i Njujork. Većina državljana SAD i Nemačke, da bi izbegli poresko zakonodavstvo navedenih zemalja, finansijske transakcije registruju i knjiže u Londonu, Njujorku i Frankfurtu odnosno u zemljama u kojima postoje ofšor finansijski centri. U vezi s tim, veliki broj banaka u zemljama poreskog raja ima filejale u kojima se ne izvršavaju ozbiljni poslovi.

Osnovna zamisao osnivanja ofšor finansijskih centara u zemljama poreskog raja jeste da se u njima bez složenijih zakonskih procedura obavljaju finansijske transakcije između subjekata, koji imaju status nerezidenta u toj zemlji (Ilić et al., 2022). Takve finansijske transakcije su minimalno zakonski uređene i regulisane, a njihovim učesnicima se omogućuje najviši stepen poverljivosti sopstvenih informacija i podataka. Finansijske transakcije koje se sprovode u ofšor finansijskim centrima, odnosno one transakcije koje se knjiže na pravnoj lokaciji, koja je različita od stvarne lokacije, nazivaju se ofšor transakcije.

Da bi izbeglo plaćanje poreza i da bi kompanija zaštitila svoje informacije i osnovne podatke od organa gonjenja, vlasnici kompanija se odlučuju za njenu relokaciju. Kod promene lokacije kompanije datum njenog osnivanja i svrha zbog koje je osnovana ostaju nepromenjeni. Međutim menja se njeno mesto registracije, regulativa i organ za registraciju, status i sedište kompanije.



Jedan od načina da se kompanija, koja je registrovana u zemlji poreskog raja, zaštiti od poverilaca i da na taj način pojača stepen tajnosti poverljivih informacija i podataka jeste da bude registrovana kao partnerstvo sa ograničenom odgovornošću LLP (Schunck & Perales, 2017). Kod partnerstva sa ograničenom odgovornošću, a na osnovu vlasništva i imovine sa kojom raspolaže, može se reći da ono funkcioniše u zemlji poreskog raja, ali da nema obavezu plaćanja poreza u toj zemlji. Time se u takvo novoosnovano društvo sa ograničenom odgovornošću LLP razdvaja pravo vlasništva od dohotka, što stvara kompaniji složeno poresko planiranje jer se poresko opterećenje odnosi na više zemalja.

Za razliku od privrednog društva mnogo kompleksnija forma društva je društvo sa zaštićenim delovima PCC. Navedeno društvo se sastoji od pojedinih celina istog pravnog entiteta, koje se mogu posmatrati i kao pojedinačne kompanije (Kemme et al., 2017). Postoji jedna upravna celina koja čini menadžment kompanije i više pojedinačnih celina tzv. „ćelije“. Ona je pravno nezavisna celina, koja je odvojena od ostalih ćelija i upravne celine. Svaka pojedinačna celina ima svoj pravni naziv, imovinu, obaveze, zadatke i poslove. Zbog visokog stepena zaštite poverljivosti informacija, nije moguće ustanoviti da li je kompanija pojedinačna celina neke druge kompanije ili je reč o poslovanju između različitih kompanija. Ovakav vid društva najčešće se koristi kod osiguranja različitih stepena rizika koji se javljaju pri grupnom investiranju, koje obuhvata razne vrste fondova. S obzirom da kapital ostaje nepromenjen odnosno da se transakcije obavljaju u okviru iste kompanije tj. između njenih pojedinačnih celina (ćelija), vrednost taksi na obavljene usluge je veoma niska. Imajući u vidu da su sve pojedinačne celine, uključujući i upravnu povezane i čine jednu kompaniju značajnu pažnju treba staviti kod stečaja neke celine. Ukoliko kompanija posluje kao osiguravajuće društvo, osiguranik koji je uložio sredstva ne može da zna koja se sredstva i iz koje celine kompanije koriste za pokrivanje rizika. Međutim, ukoliko je određena pojedinačna celina kompanije postala nelikvidna, poverilac nema prava da za data pozajmljena sredstva potražuje imovinu drugih pojedinačnih celina te kompanije. Time se stvara rizik od povraćaja sredstava, jer poverioci prilikom

investiranja ne mogu da prepoznaju da li se radi o društvu sa zaštićenim delovima PCC. Znači takva društva su prvenstveno nastala za izbegavanje plaćanja poreske obaveze na transakcije koje su nastale u drugoj zemlji u kojoj društvo nije registrovano.

Ofšor trust i fondacije smatraju se bitnim elementima za izbegavanje plaćanje poreza. Ugovorni odnos koji omogućava prenos imovine vlasnika i njegovih finansijskih sredstava na drugu osobu, a u korist treće naziva se trust (Miljković, 2022). Trust nastaje između pravnog vlasnika imovine i njenog korisnika. Za formiranje trustova nije potrebno vršiti registraciju u većini zemalja jer se ne zahteva. Kao posebna zemlja izdvaja se Velika Britanija, koja zahteva registrovanje trustova kako bi ih oporezivala, ali ih na taj način ne čini dostupnim javnosti. Kod formiranja trustova ofšor staraoci imaju zadatak da omoguće da ostvaren dohodak bude oslobođen od oporezivanja. Kao ofšor staraoci javljaju se advokati, računovođe, ekonomisti i druga profesionalna lica. Na primer za dohodak beneficijara koji ne živi u zemljama poreskog raja, ne postoji obaveza prijavljivanja istog poreskim organima ukoliko se on uplaćuje na njegov ofšor bankovni račun u zemlji poreskog raja. Trustovi se ne formiraju samo za izbegavanje plaćanja poreza, već se od strane pojedinaca koriste za skrivanje dela imovine od svojih bliskih članova porodice i poslovnih partnera. Za razliku od trustova, fondacija se formira odvojeno od kompanije sa ciljem prikrivanja imovine. Formira se kao pravno lice koje nema svoje vlasnike i deioničare. U zemljama poreskog raja najčešći dozvoljen oblik formiranja fondacija je privatna.

Lihtenštajn kao zemlja poreskog raja poznata je po *Anstaltu*, koji služi za prikrivanje imovine. *Anstalt* je nastao početkom 20. veka i smatra se hibridom fondacija i trusta. Prvenstveno je korišćen od strane imućnih i bogatih porodica, kako bi izbegli plaćanje poreza na nasledstvo (Vukša et al., 2020). Kod njih ne postoji obaveza knjigovodstvenog evidentiranja ukoliko aktivnosti koje obavljaju nisu ekonomske. Takođe profesionalna lica su obavezana zakonskim propisima o tajnostima poverljivih informacija. Oko 35% prihoda Lihtenštajn ostvaruje putem *anstalta*.

U zemljama poreskog raja uslovi za dobijanje licence za osnivanje ofšor banke su minimalni. Ofšor banke se osnivaju jer ne postoji porez na kapitalnu dobit, kapital, kapitalne transfere, kamate i dividende. Za njih ne postoji devizna kontrola, kontrole poslovanja u skladu sa propisima kao i da nema, a propisi se prilagođavaju bankama. Skoro sve velike svetske banke imaju otvorenu najmanje jednu podružnicu u zemljama poreskog raja. Na Bahamima je dato oko 4500 dozvola za rad bankama. Na Kajmanskim ostrvima jedna banka je formirana na svakih 100 stanovnika.

Finansijske institucije koje koriste pogodnosti zemalja poreskog raja su mejlboks banke, podružnice ofšor banaka i prave ofšor banke. Mejlboks banke se uglavnom ne bave velikim ekonomskim aktivnostima. Osnovane su sa ciljem da se bave nelegalnim aktivnostima. Prema dostupnim istraživanjima oko 45% svih aktivnosti mejlboks banke smatraju se nelegalnim. Podružnice ofšor banaka koriste se i za legalne i nelegalne finansijske aktivnosti. Sa pravne tačke gledišta one nisu samostalne i uglavnom su registrovane prema nazivu svojih matičnih kompanija. Pored ofšor banaka, multinacionalne korporacije takođe osnivaju svoju podružnicu ofšor banke u zemljama poreskog raja, sa ciljem finansiranja sopstvenih aktivnosti. Prave ofšor banke su osnovane na području na kojem se njima i upravlja i posluje. Prema dostupnim istraživanjima, utvrđeno je da je u 20. veku bilo oko 4100 ofšor banaka u Latinskoj Americi.

Kada su u pitanju ofšor osiguravajuća društva, može se reći da ona osnivaju svoje podružnice u zemljama poreskog raja. Razlog za to može biti minimalni odbici od profita ili niski kapitalni standardi i obavezna rezerva. Značajan rast ofšor osiguravajućih društava zapažen je u početnim godinama 21. veka. Procenjuje se da u svetu postoji oko 5500 ofšor osiguravajućih društava. Prvom zemljom poreskog raja koja je dala olakšice za osiguravajuća društva smatraju se Bermudska ostrva. Na ovim ostrvima vodeća ofšor osiguravajuća društva koja su prvo počela da posluju bila su *Minhen Re* i *Shvis Re* (Rakić & Adamović, 2019).

Zemlje poreskog raja i ofšor finansijski centri ne smatraju se samo lokacijama za izbegavanje plaćanje poreza i prikrivanja imovine,

već imaju značajnu finansijsku ulogu. Pojedinačno posmatrano svaka zemlja poreskog raja se čini malom i beznačajnom za globalnu privredu. Međutim posmatrajući sve zemlje poreskog raja one imaju značajnu ulogu za globalnu privredu, takoreći predstavljaju njen temelj.

Veći broj zemalja širom sveta ima težnju da pruži poreske olakšice u određenim sektorima i granama privrede. Međutim zemlje u tom slučaju ne prave razliku između rezidenata i nerezidenata, za razliku od zemalja poreskog raja. U zemljama poreskog raja poreske olakšice se pružaju nerezidentima, preko ofšor poslovnih aktivnosti, a sa ciljem privlačenja njihovog kapitala. Putem ofšor poslovnih aktivnosti zemlje poreskog raja omogućavaju pojedincima i vlasnicima kompanija da izbegnu poresku obavezu zemlje u kojoj su rezidenti. Zemlje poreskog raja omogućuju da se distribucija prihoda i rashoda globalizacije sprovodi u korist imućnih ljudi, a na štetu ostalih građana.

### **Ekonomske transakcije u zemljama poreskog raja**

U zemljama poreskog raja ekonomske transakcije se obavljaju u okviru fizičke i pravne dimenzije (Gemici & Lai, 2020). U fizičkoj dimenziji sprovode se razmene roba, usluga i finansijskih produkata i istraživanjem u ovoj dimenziji bave se ekonomisti (Čavlin et al., 2022). Pravna dimenzija obuhvata transakcije koje se tiču promene vlasnika, a pravnici i računovođe se bave njihovim razmatranjem (Joaristi et al., 2019). Radi sagledavanja celokupnog procesa ekonomskih transakcija koje se odvijaju u zemljama poreskog raja, neophodno je analizirati i tumačiti transakcije u obe dimenzije.

Transakcije koje se tiču promene vlasnika, zahtevaju postojanje ugovornih odnosa. Prema tome, da bi pravna dimenzija ekonomskih transakcija normalno funkcionisala, neophodno je da budu prihvatljivi uslovi za sklapanje ugovornih odnosa, koje definišu određeni organi vlasti te zemlje. Veliki broj organa vlasti u svetu prihvatio je pravila otvorene tržište privrede odnosno prihvatio je set međunarodnih pravnih propisa i zakona koji su kreirani od strane „globalne vlade“. S tim u vezi, može se reći da su

se te zemlje nekim delom odrekle svoje suverenosti, s jedne strane, a dobile efikasan i logičan proces regulisanja pravne dimenzije zemlje, s druge strane. Prema novoj filozofiji Liga naroda se smatra vladom nad vladama. Njen osnovni zadatak je bio da smiri i reši nesuglasice otvorenih zakonitih rasprava između pojedinačnih nacija. Ona je osnovana 1919. godine za vreme Pariske mirovne konferencije, čije je osnivanje inicirao predsednik SAD *Woodrow Wilson*. Međutim SAD nisu postale član Lige naroda, zbog zabrane kongresa, koji je smatrao da su SAD već dosta uključene u rešavanju evropskih i međunarodnih pitanja i nesuglasica. Takođe pored SAD, veliki broj zemalja u svetu nije bio spreman da se odrekne svoje suverenosti i priključi Ligi naroda.

Sve to je iniciralo razvijenje drugog modela u praksi, koji je podrazumevao da su sve ekonomske transakcije pravnih subjekata ograničene pravnim sistemom zemlje na kojoj su locirane. To bi značilo, da ako se pravni subjekti presele u drugu zemlju, onda su njihove ekonomske transakcije ograničene pravnim sistemom te druge zemlje. U pravnoj dimenziji neophodno je da svaka ekonomska transakcija ima oznaku neke suverene vlasti koja je registruje i odobrava, a to znači i registrovanje pravnih subjekata kao poreske obveznike u toj zemlji. Međutim, kako je u poslednje vreme sve veći broj pravnih subjekata, koji imaju karakter mobilnosti na međunarodnom planu, postavlja se pitanje u kojoj se zemlji oni smatraju poreskim obveznicima. To dovodi do stvaranja mogućnosti za izbegavanje plaćanja poreza, jer se obaveza može plaćati u zemlji u kojoj je ostvarena zarada ili u zemlji u kojoj se nalazi pravni subjekat.

S obzirom da nije moguće da svaki pravni subjekat u bilo kom trenutku preseli celokupni kapital u drugu zemlju, daje se rešenje da jedan deo svog kapitala prebaci u drugu zemlju raznim instrumentima koji se koriste za izbegavanje plaćanja poreza (kompanija, trust ili fondacija). U tom slučaju dobit od kapitala (dividende ili kamate) se ne prijavljuje u zemlji matične kompanije. Osnovna tajna ošor bankarstva, sastoji se u pružanju mogućnosti vlasnicima da raspoložu svojim novcem preko debitnih ili kreditnih kartica izdate od strane ošor finansijskih centara u zemljama porekog raja. Te kartice se ne smatraju ošor karticama, jer one

mogu biti izdate na anonimno lice i u potpunosti su u skladu sa zakonom. S tim u vezi, sprovedeno je istraživanje na građane Velike Britanije koji su imali izdate platne kartice od Berklejs banke, gde je utvrđeno da je u 2007. godini 81% korisnika svih platnih kartica, prijavilo da nema nikakvih oporezivih prihoda na teritoriji Velike Britanije (Savić & Milojević, 2022).

Pored svega navedenog, kompanije takođe osnivaju svoje filejale u zemljama poreskog raja. Njihove osnivanje se može sakriti od javnosti i organa gonjenja, a to omogućuje i pravo kompanija da podnesu samo jedan obračun u vidu zbirnog finansijskog izveštaja. Zbirni finansijski izveštaj znači da se u obračunu izostavljene transakcije između njenih delova ili filijala. Ako se multinacionalna kompanija posmatra sa ekonomskog aspekta, a ne pravnog, bitno je istaći da njena matična kompanija ima vlasničku kontrolu nad svim njenim filijalama (delovima) preko vlasništva nad udelima i dok se ti delovi smatraju pravnim subjektima oni su obveznici poreza.

Kako bi kompanije mogle da sele svoj kapital i profit iz zemalja sa visokim poreskim opterećenjem u zemlje sa niskim tkz. zemlje poreskog raja, razvijen je veliki broj strukturnih načina kako bi im se olakšalo. U zemljama poreskog raja kreiran je instrument Međunarodne biznis korporacije (engl. *International Business Corporation - IBC*), koje imaju zadataka da omoguće lakši transfer sredstava iz jedne u drugu zemlju sa niskom stopom poreskog opterećenja (Rajaković, 2021). Pored nelegalnog poslovanja, one se koriste i u legalne svrhe za poslovanje na finansijskim tržištima, i upravljanje investicionim fondovima. Za razliku od ostalih zemalja, u zemljama poreskog raja se ne zahtevaju uobičajeni uslovi za formiranje društva sa ograničenom odgovornošću. Neki od uobičajenih uslova su ime i sedište kompanije, adrese i osnovne informacije o vlasnicima, kao i obaveza revizije godišnjih izveštaja. Osnovne karakteristike Međunarodne biznis korporacije su: mali troškovi osnivanja, osnivanje sa namenom za prodaju i izostajanje podataka o vlasnicima. Da bi se osnovala Međunarodna biznis korporacija u zemljama poreskog raja, a prema sprovedenim istraživanjima neophodno je investirati od 200 do 600 američkih dolara. Takođe Međunarodne biznis korporacije se mogu osnivati od strane profesionalnih pojedinaca i udruženja sa namenom da se

prodaju stejkholderima i tako postane njen vlasnik bez imalo truda. S obzirom da se Međunarodne biznis korporacije osnivaju u zemljama poreskog raja, u kojima je visok stepen poverljivosti informacija odnosno potpun, mogu se izostaviti osnovni podaci o vlasnicima.

Kompanije, njeni delovi ili filijale u zemljama poreskog raja nemaju obavezu da dostavljaju svoje izveštaje vladajućim organima, poreskoj upravi i dr. Takođe zemlje poreskog raja stalno razvijaju nove forme instrumenata za izbegavanje plaćanje poreza, a sa ciljem da one budu u skladu sa pravilima *OECD*, Evropske unije i drugim razvijenim zemljama (Jovičević et al., 2019).

### **Zaključak**

Na bezbednost jedne države i društva značajnu pretnju predstavljaju fenomen organizovani kriminal i terorizam. U poslednje vreme može se приметiti značajan rast i ekspanzija ovih fenomena, a na šteti društva na globalnom nivou. Na osnovu iznetog može se zaključiti da je veoma teško definisati ova dva fenomena sa pravnog, političkog, bezbednosnog i kriminalističkog aspekta. Sa naučnog aspekta postoje brojne definicije organizovanog kriminala i terorizma, naročito definisanih poslednjih 20-tak godina. U poređenju sa fenomenom terorizam, fenomen organizovani kriminal je manje zastupljen, umajući u vidu da obuhvata šire područje i da ga nije lako definisati. U svetu postoji veći broj definisanja fenomena terorizma, čije se definicije dijametralno razlikuju. Za razliku od organizovanog kriminala čije se definicije dijametralno ne razlikuju, već se zasnivaju na opšteprihvaćenim principima. Kod definisanja fenomena terorizma, problem nedostatka preciznog definisanja se može naći u političkim interesima, koji su tajno suprotni i na koje se ne može uticati.

Organizovani kriminal i terorizam smatraju se pretnjom nacionalne i međunarodne bezbednosti čiji su efekti ogromni na sferu društvenog i državnog života. Za suzbijanje njihovih oblika, najveća pažnja se usmerava na zemlje poreskog raja i ofšor finansijske centre, gde se niskim poreskim stopama i poreskim oslobođenjima

privlači inostrani kapital imućnih pojedinaca. Prebacivanje kapitala u zemlje poreskog raja vrši se raznim instrumentima omogućenim od strane te zemlje. Neki od najčešćih instrumenata su ofšor kompanije, društva sa ograničenom odgovornošću LLP i PCC, trust, fondacije i dr.

Međutim instrumente za izbegavanje plaćanja poreza nepohodno je stalno modifikovati, prilagođavati, usklađivati i razvijati nove, a u skladu sa zakonskim propisima zemlje poreskog raja, razvijenih zemalja i drugih vladajućih organizacija.

### Literatura

1. Abbott, K., Levi-Faur, D., & Snidel, D. (2017). Theorizing regulatory intermediaries: The RIT model. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 670(1), 14–35.
2. Chandraeva, L. S., Amarasinghe, T. M., De Silva, M., Aponso, A. C., & Krishnarajah, N. (2020). *Fourth international congress on information and communication technology, advances in intelligent systems and computing*, 1041, 385–396.
3. Čavlin, M., Đokić, A., & Miletić, V. (2022). Influence of liquidity and solvency on profitability of agroindustrial companies in the conditions of Covid-19. *Ekonomika poljoprivrede*, 69(2), 441-453. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2202441C>
4. Gemici, K., & Lai, K. (2020). How 'global' are investment banks? An analysis of investment banking networks in asian equity capital markets. *Regional Studies*, 54, 149–161.
5. Gogić, N. (2022). Prevare u finansijskim izveštajima. *Oditor*, 8(1), 7-35. <https://doi.org/10.5937/Oditor2201007G>
6. Đorđević, S. M., & Mitić, N. (2020). Alternativni računovodstveni postupci, kreativno računovodstvo i lažno finansijsko izveštavanje. *Oditor*, 6(2), 21-37. <https://doi.org/10.5937/Oditor2002021D>
7. Ilić, B., Milojević, I., & Miljković, M. (2022). Uloga akcionarskog društva u održivosti razvoja kapitala. *Održivi razvoj*, 4(1), 19-28. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2201019I>



8. Joaristi, M., Serra, Ed. & Spezzano, F. (2019). Detecting suspicious entities in offshore leaks networks. *Soc. Netw. Anal. Min.* 9 (1), 62
9. Jovičević, P., Andžić, S., & Koprivica, A. (2019). Forme i formalnosti kod hartija od vrednosti. *Vojno delo*, 71(7), 383-393. <https://doi.org/10.5937/vojdello1907383J>
10. Kemme, D. M., Parikh, B. & Steigner, T, (2017). Tax havens, tax evasion and tax information exchange agreements in the OECD. *Eur. Financ. Manag.* 23 (3), 519–542.
11. O'Donovan, J., Wagner, H.F., Zeume, S. (2019). The value of offshore se-crets: evidence from the Panama papers. *Rev. Financ. Stud.* 32 (11), 4117–4155.
12. Poon, J., Tan, K., & Hamilton, T. (2019). The Panama papers: Intermediaries and social power. *Political Geography*, 68, 55–65.
13. Rajaković, I. (2021). Tranzicija ka održivoj ekonomije u Srbiji - lekcije iz Danske. *Održivi razvoj*, 3(2), 41-68. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2102041R>
14. Rakić, S., & Adamović, V. (2019). Poslovna etika u funkciji uspešnog poslovanja savremenih kompanija. *Oditor*, 5(2), 42-57. <https://doi.org/10.5937/Oditor1902043R>
15. Savić, B., & Milojević, I. (2019). Izazovi i dometi revizije prihoda. *Vojno delo*, 71(7), 394-403. <https://doi.org/10.5937/vojdello1907394S>
16. Savić, B., & Milojević, I. (2022). Izazovi ciljnog oblikovanja finansijskih izveštaja u savremenim uslovima poslovanja. *Oditor*, 8(2), 30-53. <https://doi.org/10.5937/Oditor2202030S>
17. Schunck, R., Perales, F. (2017). Within-and between-cluster effects in generalized linear mixed models: A discussion of approaches and the xthybrid command. *The Stata Journal* 17 (1), 89–115.
18. Hemed, R. I., (2022). Normative arrangement of financial innovations in banking. *Finansijski Savetnik*, 27(1), 25–64.
19. Vukša, S., Anđelić, D., & Milojević, I. (2020). Analiza kao osnova održivosti poslovanja. *Održivi razvoj*, 2(1), 53-72. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2001053V>

20. Wójcik, D., Knight, E., & Pazitka, V. (2018). What turns cities into international financial centres? *Journal of Economic Geography*, 18(1), 1–33.
21. Miljković, M., (2022). Javni dug kao instrument fiskalne ravnoteže. *Revija Prava Javnog Sektora*, 1(1), 45–63.

## **THE ROLE OF SECURITY MANAGEMENT IN DISCOVERING THE LINKS OF OFFSHORE BUSINESS OF BANKS AND MONEY LAUNDERING**

### ***Abstract***

Globalization is a concept that brings positive and negative changes in the environment. It directly or indirectly and equally or unequally governs the economy of society, state politics and social relations between people. Its impact on changes in the environment has various social, economic, technical-technological, ideological-cultural, military and political consequences. Globalization covers all spheres of individual and collective existence of people, nations and countries. The adoption of international regulatory frameworks and standards that apply at the level of all countries is increasingly certain. With the term globalization, essential elements in the systems that have power and force are radically changed, that is, the regulatory frameworks of the international economic, global political, geopolitical and military security system are modified and adapted to current conditions.

**Keywords:** globalization, management, offshore business and tax haven countries.

Datum prijema / Date of arrival: 24.06.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 23.09.2022.

Radovan Klincov<sup>1</sup>  
Nataša Marjanović<sup>2</sup>  
Dragana Trnavac<sup>3</sup>  
Milan Novović<sup>4</sup>  
Dejan Obućinski<sup>5</sup>

## SHVATANJA EKONOMSKIH ZAKONA U SAVREMENOJ EKONOMSKOJ TEORIJI

Pregledni rad

UDK: 330.11

### ***Rezime***

*Ekonomski zakoni su unutrašnje skrivene veze i odnosi međusobne zavisnosti pojava i procesa koji regulišu privredni život ljudi. Odnosno, još preciznije, to su skrivene unutrašnje pravilnosti odvijanja društvene proizvodnje, odnosi ili relacije između pojedinih aktivnosti ljudi koje se stalno na određeni način ponavljaju. Kao takvi, oni su stvarna, realna osobina ekonomskog procesa, koji inače regulišu.*

*Međutim, u savremenoj ekonomskoj teoriji ovakvo shvatanje ekonomskih zakona poprima četiri različita tumačenja. Prema prvom, ekonomski zakoni su apsolutni, objektivni i univerzalni.*

---

<sup>1</sup> redovni profesor, dr Radovan Klincov, Univerzitet za poslovne studije, Jovana Dučića 23a, Banaja Luka, BiH, [direktor@univerzitetps.com](mailto:direktor@univerzitetps.com)

<sup>2</sup>Profesor strukovnih studija, dr Nataša Marjanović, Visoka poslovna škola strukovnih studija „Čačak“ u Beogradu, Zemunski park 2, Beograd, Republika Srbija, Telefon: 063/333821 e-mail: [natasa.marjanovic@hotmail.com](mailto:natasa.marjanovic@hotmail.com)

<sup>3</sup> Vanredni profesor, dr Dragana Trnavac, Poslovni i pravni fakultet, Univerzitet MB, Kneza Mihaila br. 33, Beograd, Republika Srbija, Email: [dragana.trnavac@ppf.edu.rs](mailto:dragana.trnavac@ppf.edu.rs)

<sup>4</sup> Profesor strukovnih studija, dr Milan Novović, Visoka poslovna škola strukovnih studija 'Čačak', Zemunski park 2, Beograd, Republika Srbija, email: [novovic.milan@gmail.com](mailto:novovic.milan@gmail.com)

<sup>5</sup> Asistent sa doktoratom dr Dejan Obućinski, Beogradska akademija poslovnih i umetničkih strukovnih studija, Kraljice Marije 73, 11000 Beograd, Republika Srbija, email: [dejan.obucinski@bpa.edu.rs](mailto:dejan.obucinski@bpa.edu.rs)

*Apsolutni su jer važe za svaku pojedinačnu pojavu i proces. Objektivni su jer se poistovećuju sa uzajamnim vezama i odno-sima zavisnosti čoveka i prirodno-tehničkog okruženja, pa su po svom karakteru i suštini prirodno-tehničke zakonitosti.*

**Ključne reči:** *ekonomski zakoni, društveno-ekonomska formacija, metode.*

## Uvod

Ekonomski zakoni, su univerzalni stoga što se izvode iz karaktera ljudske prirode, koja je, shodno tom shvatanju, takođe nepromenljiva. Reč je o nastojanju pojedinca, homo economicusa (ekonomskog čoveka), koji, suočen s prirodom i prirodnim zakonima, deluje u skladu s motivacijom maksimalnog zadovoljenja sopstvenih potreba. U takvim uslovima određene ekonomske kategorije, koje izražavaju kapitalističke odnose proizvodnje (kao što su svojina, najamnina, profit, kamata i dr.) doživljavaju se kao izrazi „prirodnog poretka” stvari i pojava (Grbić, 2019). Ovakvo shvatanje ekonomskih zakona bilo je u izvesnoj meri svojstveno Klasičnoj političkoj ekonomiji i svim pravcima savremene ekonomske teorije subjektivnog smera koja se razvija na tradiciji Klasične političke ekonomije.

Drugo shvatanje poriče objektivnost postojanja ekonomskih zakona i njihovu vremensku i predmetnu univerzalnost. Dopuštajući mogućnost da se u određenom vremenu i u određenoj zemlji pojave pojedine pravilnosti ekonomskog razvoja, shodno ovakvom shvatanju, ne postoje pojave koje bi, u smislu ekonomskog zakona, relativno trajno uzročno-posledično ili funkcionalno uslovljavale ili izazivale kretanje drugih pojava. Ovakvo shvatanje ekonomskih zakona dele predstavnici istorijske i institucionalističke škole ekonomske misli. Po njemu, postoje izvesne pravičnosti privrednog života koje se razlikuju u različitim epohama i različitim zemljama, ali su one dosta neodređene, mnogo manje stabilne od zakona prirodnih nauka, kao tzv. (Maršalovi) „magloviti zakoni” koji nisu ništa drugo već „tvrđnje koje se odnose na tendencije ljudskih postupaka pod određenim uslovima” -ili su to jednostavno „zakoni ljudskih postupaka” (Vickery, Lavanga,

Loots, 2019).

Treće shvatanje ekonomskih zakona predstavlja kombinaciju prethodna dva shvatanja i usmereno je na to da istraži tzv. bihejvioristički tip ekonomskih zakona koji treba da pokažu koje je to i kakvo (univerzalno) ponašanje pojedinca kao proizvođača i potrošača. U ovom slučaju ekonomski zakoni se identifikuju sa psihološkim i biološkim determinantama ljudskog ponašanja, što u krajnoj liniji označava zakonitost racionalizacije ponašanja pojedinaca (pre svega u razmeni i potrošnji) bez ulaženja u društvene probleme ekonomskog života ljudi. Stoga se ekonomski zakoni, shodno ovom shvatanju, predstavljaju kao metodološka pravila ponašanja ljudi.

Danas, međutim, u savremenoj ekonomskoj teoriji subjektivnog pravca dominira četvrto shvatanje ekonomskih zakona kao određenih pravilnosti razvoja društva koje regulišu upotrebu ograničenih proizvodnih resursa u cilju da se proizvedu neophodne robe i da na određeni način budu raspodeljene između različitih grupa ljudi. Pri tome, ekonomski zakoni do kojih se u ekonomskoj nauci dolazi, za razliku od zakona prirodnih nauka, nisu egzaktne relacije, već su kao naučne istine koje se predstavljaju u vidu proseka oko kojeg osciliraju pojedinačni slučajevi i ponašanja. Dakle, ekonomski zakoni su zakoni verovatnoće, a ne egzaktni zakoni, koji važe samo u proseku, uz postojanje znatne disperzije izuzetaka oko tog proseka. Naime, iako ekonomski zakoni nisu egzaktni u smislu u kojem je to kretanje klatna ili putanja neke planete – ekonomija je u stanju da otkrije šemu verovatnoće oko koje će se posmatrane činjenice grupisati.

Paralelno s takvim poimanjem ekonomskih zakona razvija se i neomarksistički pravac političke ekonomije u vidu Radikalne političke ekonomije koji nastoji da istražuje savremeni kapitalizam u svetlosti delovanja i ispoljavanja zakonitosti proizvodnje ekonomskog viška i eksploatacije. Tretira ih kao zakonitosti neravnopravne raspodele nacionalnog dohotka, kao zakonitosti koje uslovljavaju nezaposlenost radne snage i nedovoljnu iskorišćenost drugih privrednih resursa, kao prirodno stanje društva sa svim ekonomskim i socijalnim posledicama koje iz toga

proizlaze.

### **Pojam ekonomskih zakona i njihova klasifikacija**

Ekonomski proces se shvata kao skup različitih pojava koje izražavaju oblike ljudskog delovanja u društvenoj proizvodnji. Te pojave se na određeni način ponavljaju, odnosno postoje određene pravilnosti odvijanja ekonomskog procesa, ispoljavanja određene društvene pojave u njemu. I upravo te (naučno identifikovane) pravilnosti objektivno uslovljenog ljudskog ponašanja i delovanja u ekonomskom procesu nazivaju se ekonomskim zakonima (Đorić, 2020).

U društvu se pojavljuje mnoštvo procesa, pojava i odnosa, među kojima postoje i oni sporadični, slučajni, koje se ne ponavljaju, ali su prisutni u društvenoj proizvodnji. Ekonomski zakoni su pravilnosti uspostavljanja najbitnijih odnosa i odvijanja pojava u ukupnosti ljudskog delovanja u procesu društvene proizvodnje. Određene ekonomske pojave ili procesi u ekonomskom životu ljudi uzajamno su zavisni, tako da jedna pojava ili proces nužno uslovljava ili izaziva drugu pojavu. Zbog toga govorimo o uzročnim (kauzalnim) vezama među pojavama u ekonomskom životu ljudi. Kao unutrašnje, suštinske veze u proizvodnim odnosima, ekonomski zakoni objašnjavaju opšte u pojavama. Stoga, naučno istraživanje, kako naglašava A. Maršal, ne treba da se bavi ni posledicama spoznatih uzroka niti uzrocima poznatih posledica, jer nisu najvažniji, već onim što se ne vidi u pojavama, a od presudnog značaja je za odvijanje društvenog života. Ekonomski zakoni u takvom shvatanju se predstavljaju i kao „nikad precizno utvrdivi prosek” mnogostrukosti ponavljanja pojava u velikom broju pojedinačnih ekonomskih odnosa (Zorić & Jovanović, 2018; Raza, Asif, & Ayyub, 2021).

Imajući u vidu karakter i suštinu ekonomskih zakona, a posebno njihovu uslovljenost stanjem i razvijenošću proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa, u ekonomskoj literaturi se pojavljuju sledeće tri vrste ekonomskih zakona: (1) tehničko-bilansni zakoni, (2) zakoni ponašanja ljudi, i najzad, (3) zakoni isprepletenosti ljudskih aktivnosti (e Miranda, P.C., et al., 2011).

Prva grupa ekonomskih zakona tiče se tehničkih i materijalno-vrednosnih strukturnih odnosa procesa društvene reprodukcije. Druga grupa zakona reguliše pojave i odnose ljudi u proizvodnji i raspodeli koji presudno deluju na formiranje motivacionih snaga (motiva i osnovne motivacije) za obavljanje ljudske delatnosti. Najzad, treća grupa zakona su zakoni isprepletenosti ljudskih aktivnosti u uslovima robne proizvodnje koji, zato što su sasvim nezavisni od volje ljudi, čine da ljudi ne ostvaruju ono i onako kako su želeli, već ono što im se objektivno nameće. Ovakvo posmatranje ekonomskih zakona je u određenoj vezi sa klasifikacijom zakona na univerzalne, opšte, posebne i pojedinačne zakone, čemu ćemo u nastavku posvetiti određenu pažnju.

### **Univerzalni i opšti zakoni u različitim društveno-ekonomskim formacijama**

Univerzalni zakoni predstavljaju najopštije zakone, odnosno najopštije veze i međusobne uslovljenosti kretanja i razvoja materije. Kada je reč o ekonomskoj sferi društvenog života, to su vremenski univerzalni odnosi i pojave, ali isto tako po svom karakteru i značaju i najvažnije zakonitosti za svaki dosad poznati, a verovatno i budući društveno-ekonomski sistem. Ti zakoni su po svojoj suštini tehničko-bilansni, odnosno tiču se određenih strukturnih materijalno-vrednosnih odnosa koji regulišu normalno odvijanje procesa društvene proizvodnje. Kao najpoznatiji univerzalni zakon koji reguliše proces društvene reprodukcije u svim društveno-ekonomskim formacijama je zakon srazmernog rasporeda društvenog fonda rada na različite delatnosti. Ovaj zakon izražava čitav niz različitih fenomena vezanih za kontinuiranost društvene proizvodnje kao društvene reprodukcije, zatim nužnost usklađivanja proizvodnje i potrošnje, nužnost neprestanog podizanja nivoa produktivnosti rada, odnosno izmena uslova proizvodnje i usavršavanja proizvodnih snaga i sl.

Opšti ekonomski zakoni izražavaju čitav niz opštih svojstava jednog većeg broja pojava. U ekonomskoj oblasti ljudskog života, to su pravilnosti uspostavljanja ekonomskih odnosa koje su svojstvene različitim društveno-ekonomskim formacijama. Reč je o pojavama i procesima prisutnim u različitim ekonomskim

strukturama, odnosno različitim načinima proizvodnje i u njima deluju u različitim oblicima. Stoga je i intenzitet njihovog uticaja na oblikovanje tih načina proizvodnje sasvim različit. To su na primer: (1) zakon društvene podele rada, koja, iako se rudimentarno pojavljuje već u prvobitnoj ljudskoj zajednici, postaje dominirajuća ekonomska zakonitost tek u kapitalizmu; (2) zakoni sistema robnog privređivanja (zakon vrednosti, zakon tržišnih cena, zakoni ponude i tražnje robe) koji će prilično favoriti hiljadama godina kao zakoni dopunskog (pratećeg) sistema privređivanja, da bi u kapitalizmu najednom ovladali i obezbedili da se robna proizvodnja pretvori u preovlađujući oblik krupne robne proizvodnje; (3) zakoni postojanja viška rada i viška proizvoda i raspodele viška proizvoda, čije je delovanje prisutno ne samo u klasnim društvima.

Navedeni i drugi opšti zakoni se razlikuju u odnosu na univerzalne zakone zato što ne deluju u svim vremenima i što su to po pravilu zakoni isprepletenosti ljudskih aktivnosti. Pored razlika u intenzitetu delovanja na određene načine proizvodnje, ovi zakoni se međusobno razlikuju po stepenu istorijske transformacije u spoju sa određenim načinom proizvodnje.

### **Posebni, pojedinačni i osnovni zakoni razvoja društveno-ekonomske formacije**

Pored univerzalnih i opštih ekonomskih zakona, postoje i posebni zakoni koji izražavaju posebna ili specifična obeležja određene materije ili određenog društva. U ekonomskoj sferi to su ekonomski zakoni koji regulišu odvijanje privrednog života u okvirima jedne određene društveno-ekonomske formacije. To su u najvećoj meri tzv. zakoni ponašanja ljudi koji proizlaze iz celine ekonomske strukture određenog načina proizvodnje i deluju kao pokretačke sile stvaranja motivacionih snaga za razvoj tog načina proizvodnje. Oni se na određeni način usklađuju sa univerzalnim i opštim zakonima proizvodnje, utičući na njihov istorijski karakter (Škorić, 2019).

I sasvim je prirodno, sve dok su univerzalne, opšte i posebne zakonitosti relativno usklađene sa osnovnim zakonom jedne društveno-ekonomske formacije, dotele ona vrši svoju istorijsku



misiju, obezbeđuje razvoj proizvodnih snaga u mogućim društvenim okvirima datih proizvodnih odnosa. Protivrečnost između navedenih zakona u silaznoj putanji razvoja određene društveno-ekonomske formacije jedan je od najbitnijih razloga socijalnih prevrata i nastajanja novih načina proizvodnje.

Pored navedenih, deluju i pojedinačni zakoni koji izražavaju obeležja određenog predmeta ili pojave u prirodi ili društvu. Kao pojedinačni ekonomski zakoni predstavljaju unutrašnje povezanosti i pravilnosti pojava i procesa koje su svojstvene određenoj fazi (delu) razvoja određene društveno-ekonomske formacije. To bi, na primer, u kapitalizmu bile određene zakonitosti monopolske faze razvoja kapitalizma (akcionarstvo, monopolska cena i monopolski ekstraprofit) ili zakonitosti proizvodnje i raspodele u uslovima državnog kapitalizma i dr.

Osnovni ekonomski zakon kao poseban zakon jedne društveno-ekonomske formacije je najneposrednije vezan za osnovni proizvodni odnos i on kao takav u najvećoj meri doprinosi stvaranju uslova za razvoj te društvene formacije. Na primer, u kapitalističkom društvu deluju sledeći posebni zakoni: (1) zakon prisvajanja najamnine, (2) zakon prisvajanja profita, (3) zakon akumulacije kapitala, (4) zakon koncentracije i centralizacije kapitala i dr. Sve te zakonitosti imaju značaja za odvijanje privrednog života i deluju u međusobnoj povezanosti i zavisnosti. Međutim, najbitniji, pa stoga i osnovni ekonomski zakon, iz kojeg su izvedeni svi pobrojani i dr. zakoni, a koji najneposrednije proizlazi iz osnovnog proizvodnog odnosa: kapital - najamni rad je zakon proizvodnje viška vrednosti (Pavlović, Nestić & Bošković, 2021).

### **Osnovna obeležja i karakteristike ekonomskih zakona**

Već je rečeno o tome da je osnovna zajednička karakteristika prirodnih i društvenih (ekonomskih) zakona u činjenici da i jedni i drugi postoje i deluju nezavisno od volje ljudi.

Postavlja se pitanje: čime je uslovljena objektivnost ekonomskih zakona i njihova identičnost s prirodnim zakonima. Svesna delatnost ljudi objektivno je određena nivoom razvijenosti proizvodnih snaga i odnosa proizvodnje iz kojih proizlazi i

objektivni karakter ekonomskih zakona. Naime, iako ljudi svesno odlučuju kojom će se delatnosti baviti, oni su zavisni od navedenih objektivnih uslova i u vezi sa određivanjem ciljeva svoje aktivnosti (da li će to biti uvećanje profita, dobiti dohotka i sl.) i u vezi sa načinom obavljanja, odnosno koordinacije tih ljudskih aktivnosti (da li će to biti kooperacija, udruživanje rada, međusobna konkurencija robnih proizvođača, monopolistička konkurencija i sl.) (Cunningham, Higgs, 2009).

U vezi objektivno uslovljenog postojanja ekonomskih zakona postavlja se i pitanje načina njihovog delovanja. Iz ovoga što je dosad rečeno proizlazi da oni u određenim uslovima (na primer, u kapitalizmu) deluju spontano, slepo, stihijski. U uslovima ispreplitanja i uzajamne protivurečnosti mnoštva ciljeva i interesa ljudi postiže se rezultat kao nešto što niko pojedinačno nije želeo usled čega je ekonomski proces sličan onome kojim vlada slepa stihija, odnosno „analogan je onome koji vlada u nesvesnoj prirodi (Krstić & Đekić, 2018; Maryunani, Mirzanti, 2015).

U sistemu robne proizvodnje savremene mešovite privrede, ekonomski zakoni su takođe unutrašnji regulatori procesa društvene proizvodnje. Nužnost ovde takođe postoji i ostvaruje se i dalje ukrštanjem težnji ljudi, odnosno sukobljavanjem njihovih ekonomskih i društvenih interesa. Slučajnost se i ovde zadržava, kako bi rekao Engels, kao oblik i dopuna nužnosti i objektivne uslovljenosti. Dakle, i u savremenom društvu ekonomski zakoni deluju spontano i stihijno, a pojavni oblik imaju u slučajnosti. Međutim, pošto je, pored stihijnosti i spontanosti uspostavljanja odnosa između privrednih subjekata, ovom društvu svojstveno i svesno usmeravanje (planiranje) društvene reprodukcije, to se u takvim uslovima donekle prevladava stihijnost delovanja ekonomskih zakona ili bar nastoje otkloniti izvesne negativne posledice te stihijnosti. Uticaj planiranja i njegova komplementarnost s tržištem prisutan je u meri da se za savremenu privredu upotrebljava naziv privrede s „regulisanim tržištem” (Siebert, Wilson, 2013).

Ono što predstavlja specifičnost ekonomskih zakona je činjenica da se prirodni zakoni menjaju na veoma dug rok i nemaju direktne

veze s promenama načina proizvodnje, dok se promene najvećeg broja društvenih odnosno, ekonomskih zakona direktno vezuju za promene u njemu. Iz ovoga proizlazi istorijski karakter ekonomskih zakona. Čak i zakoni koji imaju opšte važenje u svim načinima proizvodnje dobijaju različit istorijski oblik zavisno od načina proizvodnje u kojem deluju. Zbog toga govorimo o istorijskom karakteru društvenih zakona, odnosno o zakonima određenog društveno-ekonomskog sistema ili određenih epoha razvoja ljudskog društva.

Za razliku od prirodnih zakona, uslovi postojanja i dejstva najvećeg broja ekonomskih zakona svojstveni su određenom stepenu društvenog razvitka. Stoga oni, po pravilu, istorijski nastaju i nestaju sa određenim načinom proizvodnje.

Jedno od obeležja ekonomskih zakona je što se oni ispoljavaju kao dugoročne tendencije ponavljanja određenih pojava, s obzirom da se probijaju kao rezultat delovanja sasvim različitih međusobno suprotstavljenih činilaca i ekonomskih interesa, dok se pojedinačna pojava, po pravilu, razlikuje od tih ekonomskih zakona. Svi ekonomski zakoni deluju kao nužnosti koje se probijaju kroz čitav niz slučajnosti u delovanju ljudi. U masi međusobno uslovljenih pojava i odnosa potire se dejstvo sporednih i slučajnih pojava i odnosa, a postaju uočljivi oni koji su bitni i nužni, što zapravo i jesu ekonomski zakoni. Ekonomski zakoni stoga ne postoje kao nešto dato i nepromenljivo. Njihovo prisustvo nije moguće čak ni naučno identifikovati u neposrednoj srvarnosti. Oni uvek deluju kao dugoročne tendencije, kao prosek ponavljanja određenih pojava i odnosa. Govoreći o njima kao o prirodnim zakonima, Marks ih naziva „tendencijama koje deluju i provode se gvozdenom nužnošću” (9(c), str. XLIV). Oni su takođe „nikad utvrdivi prosek većitih kolebanja” pojava i samo teorijsko mišljenje može u mnoštvu veoma raznorodnih pojava i kretanja fiksirati zakon(Ilić, Mrdak & Bojić, 2021).

U vezi s prethodno navedenom karakteristikom, odnosno razlikom između ekonomskih (društvenih) i prirodnih zakona proizlazi da pojedinačna pojava retko odstupa od prirodnog zakona i to odstupanje se ispoljava u granicama grešaka egzaktnog merenja,

usled čega su naučni prirodni zakoni po pravilu egzaktno kvantifikacije pojava i odnosa u prirodi (primeri: Galilejevi zakoni slobodnog pada, Keplerovi zakoni kretanja planeta, Njutnovi zakoni kretanja, zakon termodinamike, zakon hidrodinamike, zakon o neuništivosti materije i dr.). Pošto, međutim, u društvu pojedinačna pojava po pravilu odstupa od društvenih odnosno ekonomskih zakona, oni se, za razliku od prirodnih, predstavljaju kao kvalitativne odredbe dugoročnih tendencija odvijanja procesa i pojava.

Ukoliko se ekonomski zakoni shvate kao unutrašnja suština koja je „identična u pojavama” društvene proizvodnje, proizlazi da se o određenim odnosima i pojavama kao zakonima može govoriti samo ukoliko se u nepreglednoj masi pojava i njihovom masovnom ponavljanju može upotrebom statističkih postupaka razotkriti ono što je bitno, odstranjujući nebitne (slučajne) veze i međusobne uslovljenosti. Na taj način se dolazi do tzv. „statističkog zakona” koji se naziva i stohastičkim, jer pokazuje da postoji određen stepen verovatnoće da je to ta bitna pojava, odnosno da će se takav odnos uspostaviti. U stvari, ova karakteristika ekonomskih zakona proizlazi jednostavno iz činjenice da „ekonomski zakoni nemaju nikakvu drugu realnost osim u približavanju, u tendenciji, u proseku, a ne u neposrednoj stvarnosti”(Sokić, 2009; Nadoveza & Pešić, 2020).

Drugim rečima, pošto se nužnost, kao unutrašnja zakonitost, probija kroz slučajnost i to u velikom broju pojava (ljudskog delovanja) koje se masovno ponavljaju, to se odgovarajućim statističkim postupcima, a posebno koristeći zakon velikih brojeva, mogu otkloniti slučajne pojave, odnosi i veze i na taj način se može upravo ustanoviti ekonomski zakon kao unutrašnja suština tih pojava. Iz navedenih razloga i proizlazi da ekonomski zakoni imaju karakter stohastičkih ili statističkih zakona.

Dakle, atributi stohastički i statistički ovde izražavaju činjenice da su područja istraživanja Političke ekonomije i Osnova ekonomije veoma složena, da se do zakona koje otkrivaju ove nauke, kao relativno pouzdane izraze objektivnih ekonomskih zakona, može doći ukoliko se, putem statističkih postupaka (teorija verovatnoće,

zakon velikih brojeva i dr.) omogući da se u stvarnosti teorijski otkriju bitne veze i uslovljenosti među pojavama i isključi uticaj manje bitnih i slučajnih pojava i procesa (Marković, Krstić & Rađenović, 2020).

Najnačelnije posmatrano, poznavanje određenih (ekonomskih) zakona ima praktični značaj za ljudsko delovanje iz razloga potrebe da se shvati karakter zakona, odnosno određeno istorijsko kretanje i perspektiva razvoja društva koja proizlazi iz logike delovanja slepih stihijskih sila i da se ljudi svesno prilagođavaju delovanju tih zakona. Otuda je značajno da naučni zakon bar približno verno izrazi objektivno postojeći zakon društvene proizvodnje. A taj uslov je moguće ostvariti ukoliko se naučni zakon izvodi iz višestruko proverene hipoteze o određenim pojavama.

Međutim, praktični značaj spoznaje određenih zakona je različit kod različitih ekonomskih disciplina. On je takođe različit kod različitih pravaca savremene političke ekonomije. Pored toga, na osnovu rečenog o prirodi ekonomskih zakona i njihovoj klasifikaciji, može se zapaziti da je različit praktični značaj poznavanja (po stepenu opštosti) različitih zakona jednog načina proizvodnje.

Prvo, imajući u vidu da se Osnovi ekonomije i Politička ekonomija bave najopštijim zakonima procesa društvene proizvodnje (dok se druge ekonomske discipline bave pojavama i procesima koje su bliže pojavnim manifestacijama privrednog života), to je sasvim prirodno da će zakonitosti i pravilnosti privrednog života koje razotkrivaju te druge ekonomske nauke (ekonomska politika, ekonomika preduzeća i dr.) imati veći i neposredniji praktični značaj. Međutim, s obzirom da bez dobre teorije nema ni racionalno organizovane društvene prakse, a imajući u vidu da je reč o saznanjima baznih ekonomskih nauka, proizlazi da se bez spoznaje zakona koje otkrivaju fundamentalne ekonomske nauke ne bi mogli adekvatno i uspešno sagledati ni zakoni i pravilnosti koje najneposrednije regulišu društvenu praksu.

Drugo, iz pregleda razvoja i osnovne predmetne usmerenosti i karaktera različitih pravaca savremene ekonomske nauke, moglo se uočiti da pravci tzv. pozitivne ekonomije, i delom normativne

koji se više bave pojavnim manifestacijama i ponašanjima (pojedinaца) u razmeni i potrošnji, dolaze do većeg broja određenih saznanja o mehanizmima funkcionisanja privrednog života koja imaju neposredniji praktični značaj. Međutim, navedeni pravci ekonomije iako uspešno otkrivaju izvesna načela ponašanja privrednih subjekata, ostaju izvan mogućnosti spoznaje najbitnijih zakona koji regulišu društvenu proizvodnju (Knežević, Ivković & Penjišević, 2020).

Proizlazi, prema tome, da je cilj i praktični značaj spoznaje ekonomskih zakona - prilagođavanje ljudi delovanju tih zakona, odnosno svesno stvaranje uslova kojima bi se otklanjale izvesne negativne posledice stihijnosti delovanja ekonomskih zakona i ostvarili željeni rezultati (Bracanović, 2020; Krunic, Matić & Đukić, 2019).

### **Zaključak**

Modeli po pravilu izražavaju matematičke forme zavisnosti ekonomskih pojava (varijabli, parametara) od faktora koji su uneti u model. Međutim, jedan od problema politekonomskih istraživanja koja zahtevaju korišćenje ekonomskih modela, na koji ukazuje savremena ekonomska misao, tiče se problema - koji faktori treba da budu uneti u model. Naime, ukazuje se da modeli moraju uključiti i pretpostavke koje izražavaju karakter društvenog sistema odnosno ekonomskih odnosa između ljudi. Međutim, već je poznato da je taj elemenat dosta teško izraziti preko odgovarajućih matematičkih formula i funkcija i to je razlog zašto je potrebno rigorozno sprovesti kvalitativnu metodološku verifikaciju ekonomskih zakona i onemogućiti da se korišćenjem ekonomskih modela eventualno dođe do pogrešnih zaključaka.

Valja, međutim, imati u vidu da se kvantitativna analiza, posebno u okvirima ekonomskog modeliranja ne vrši samo s ciljem da bi se obezbedila logička konzistentnost određenih pretpostavki u ekonomskoj teoriji, već se koristi i za izvođenje logičkih zaključaka iz tih pretpostavki. Upravo s time u vezi i nastaje problem, jer se u značajnoj meri napušta područje kvalitativne analize. Istraživanje se, naime, najčešće zadržava na funkcionalnim odnosima pojava

oblika ekonomskih zakona, bez udubljanja u njihovu skrivenu unutrašnju suštinu. Otuda takva analiza ne može da razotkrije protivurečnosti odnosa proizvodnje savremenog društva koje nalaze svoj izraz u hroničnim ili eruptivnim (akutnim) poremećajima procesa reprodukcije savremenog društva.

Dakle, primena kvantitativnih metoda u području teorijskih istraživanja ostaje pomoćno sredstvo koje ni na koji način ne može supstituisati kvalitativnu teorijsku analizu. Drugim rečima, ekonomske zakonitosti ne možemo razotkrivati i objašnjavati pomoću kvantitativnih metoda, već neke uslove istraživanja, kao i neke rezultate kvalitativne teorijske analize možemo i kvantitativno utvrditi, predstaviti i izraziti. Jer, ekonomski (proces) život ljudi je mnogo složeniji od bilo koje kvantitativne formule, modela, obrasca, skice i sl., u koje ga nastoji sabiti kvantitativna ekonomska analiza. Otuda je danas neophodno koristiti kako metode kvalitativne teorijske analize, tako i sve analitičke postupke (kvantitativne analize) koji omogućuju da se u Osnovama ekonomije i u Političkoj ekonomiji dođe do što pouzdanijih naučnih saznanja o pojavama i procesima koji se istražuju.

### **Literatura**

1. Boccella, N., Salerno, I. (2016) Creative economy, cultural industries and local development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 223, 291-296
2. Bracanović, S. N. (2020). Ekonomske vizije i horizonti. *Baština*, (50), 197-213.
3. Cunningham, S., Higgs, P. (2009) Measuring creative employment: Implications for innovation policy. *Innovation*, 11(2), 190-200
4. Đorić, Ž. (2020). Kreativna ekonomija - istraživanje koncepta i Evropska perspektiva. *Škola biznisa*, (2), 142-172.
5. e Miranda, P.C., Aranha, J., Alberto, S., Zardo, J. (2011) Creativity: People, environment and culture, the key elements in its understanding and interpretation. *Science and Public Policy*, 36(7), 523-535
6. Grbić, M. (2019). Ključne determinante razvoja finansijskog sistema. *Oditor*, 5(2), 7-21.

7. Ilić, Đ. D., Mrdak, G., & Bojić, M. (2021). Sociološki aspekt apsentizma radne snage. *Oditor*, 7(1), 195-224.
8. Knežević, V., Ivković, D., & Penjišević, A. (2020). Institucionalna ekonomija i privredna razvijenost. *Ekonomika*, 66(3), 81-94.
9. Krstić, M. & Đekić, I. (2018). Bihevioralna ekonomija i standardna ekonomska teorija. *Kultura polisa*, 15(37), 397-410
10. Krunić, N., Matić, I., & Đukić, D. (2019). Zakon vrednosti kao osnova održivog razvoja. *Održivi razvoj*, 1(2), 17-26.
11. Marković, M., Krstić, B., & Rađenović, T. (2020). Cirkularna ekonomija i održivi razvoj. *Economics of Sustainable Development*, 4(1), 1-9.
12. Maryunani, S.R., Mirzanti, I.R. (2015) The development of entrepreneurship in creative industries with reference to Bandung as a creative city. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169, 387-394
13. Nadoveza, B., & Pešić, H. (2020). Održivi razvoj - proizvodna snaga savremenog društva. *Održivi razvoj*, 2(1), 31-40.
14. Pavlović, A., Nestić, S., & Bošković, G. (2021). Upravljanje cirkularnom ekonomijom u poslovnim organizacijama primenom digitalnih tehnologija. *Serbian Journal of Engineering Management*, 6(1), 22-29.
15. Raza, A., Asif, M., & Ayyub, S. (2021). Era ekonomije deljenja - faktori koji utiču na namere ponašanja korisnika i dobavljača da učestvuju u ekonomiji "peer-to-peer". *Serbian Journal of Management*, 16(1), 103-124.
16. Siebert, S., Wilson, F. (2013) All work and no pay: Consequences of unpaid work in the creative industries. *Work, Employment and Society*, 27(4), 711-721
17. Sokić, S. (2009). Ekonomski sistem u osnovi savremenih naučnih saznanja ekonomije i kapitala. *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*, 3(3), 215-236.
18. Škorić, S. (2019). Kolektivna prava zaposlenih – stanje i perspektive. *Kultura polisa*, 16(40), 377-390
19. Vickery, J., Lavanga, M., Loots, E. (2019) Creative economy, cultural economics and entrepreneurship - questions for a masters' program in its adolescence. *Arts and Humanities in Higher Education*, 18(2-3), 269-278



20. Zorić, M., & Jovanović, V. (2018). Pravno istorijska dimenzija društvenih nauka. *Oditor*, 4(3), 128-136.

## UNDERSTANDINGS OF ECONOMIC LAWS IN MODERN ECONOMIC THEORY

### **Abstract**

*Economic laws are internal hidden connections and relations of interdependence of phenomena and processes that regulate the economic life of people. That is, even more precisely, these are hidden internal regularities of social production, relations or relations between certain activities of people that are constantly repeated in a certain way. As such, they are a real, real feature of the economic process, which they otherwise regulate.*

*However, in modern economic theory, this understanding of economic laws takes on four different interpretations. According to the first, economic laws are absolute, objective and universal. They are absolute because they apply to every single phenomenon and process. They are objective because they are identified with mutual connections and relations between human dependence and the natural-technical environment, so they are by their character and essence natural-technical laws.*

**Keywords:** *economic laws, socio-economic formation, methods.*

Datum prijema / Date of arrival: 07.09.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 08.11.2022.



Slobodan Stanojević<sup>6</sup>  
Aleksandar Rajković<sup>7</sup>  
Tanja Arapović Ilić<sup>8</sup>  
Davor Sakač<sup>9</sup>

## ANALIZA FINANSIJSKE STABILNOSTI BUDŽETSKIH IZDATAKA ZA ZDRAVSTVENU ZAŠTITU U REPUBLICI SRBIJI

Pregledni rad            UDK: 364.69:336.13(497.11)"2013/2020"

### **Rezime**

*Zdravstveni sistem svake države zahteva određeni vid finansiranja radi opstanka i zadovoljavanja osnovnih životnih potreba. U najvećem broju slučajeva finansiranje zdravstvene zaštite se vrši iz budžeta, čime se obezbeđuje podmirivanje zahteva svakog pojedinca i društva kao celine.*

*U ovom radu će se primenom statističkih metoda sagledati uzročno posledične veze između određenih elemenata sistema zdravstvene zaštite i izvora finansiranja u različitim uslovima fiskalne konsolidacije, sa posebnim osvrtom na Republiku Srbiju.*

**Ključne reči:** budžet, zdravstvena zaštita, fiskalna konsolidacija.

---

<sup>6</sup> Vanredni profesor, dr Slobodan Stanojević, Fakultet za primenjeni menadžment, ekonomiju i finansije, Jevrejska 24, 11000 Beograd, Srbija, E-mail: slobodan.stanojevic@mef.edu.rs

<sup>7</sup> M.A. Aleksandar Rajković, Univerzitet za poslovne studije Banja Luka, BiH, Email: rajkovic.aleksandar1991@gmail.com

<sup>8</sup> Dr Tanja Arapović, Ministarstvo odbrane, Birčaninova 5, 11000 Beograd, Republika Srbija, email: [tanja.arapovic@mod.gov.rs](mailto:tanja.arapovic@mod.gov.rs)

<sup>9</sup> docent, dr Davor Sakač, Univerzitet za poslovne studije, Jovana Dučića 23a, Banaja Luka, BiH

## Uvod

Tržišna struktura u uslovima fiskalne konsolidacije dovodi do narušavanja opšteg ambijenta ekonomske ravnoteže što nameće potrebu da država svojim instrumentima putem finansijskih institucija (Miljković, 2022) interveniše kako bi pokušala da ublaži negativne efekte.

Zdravstveni sistem u velikoj meri je značajan za pravilno i dobro funkcionisanje državnih institucija, kao i održavanje dobrog zdravlja stanovništva jedne države (Jovanović et al., 2015). Fiskalna konsolidacija koja je sprovedena 2014. godine uticala je trenutno negativno na sve državne institucije kao i državu u celini sa pozitivnim dugoročnim posledicama koje se vidljive danas u svim oblastima života.

S obzirom na to da se zdravstveni sistem Srbije finansira pored posebnih fondova za zdravstveno osiguranje u određenoj meri i iz budžeta Republike Srbije u radu će se obraditi upravo finansiranje zdravstvenog sistema iz državnog budžeta i način finansiranja budžetskog aparata za zdravstveno osiguranje Republike Srbije (Marković et al., 2022).

Zbog kompleksnosti istraživanja odabrali smo deo pokazatelja zdravstvenog sistema i deo budžeta Republike Srbije koji se odnosi na izdatke za zdravstvo u periodu neposredno pred sprovođenje fiskalne konsolidacije 2013. godine zaključno sa 2020. godinom.

## Metode

U istraživanju ćemo primeniti metodu korelacije kojom će se sagledati odnos stanja i strukture rashoda izdvajanja iz budžeta i ostalih elemenata zdravstvenog sistema u Republici Srbiji. Osnovni zadatak će biti analiziranje ekonomskih varijabli i dela budžeta namenjenog zdravstvenom sistemu kao i činilaca zdravstvenog sistema čijim pokazateljima se dobijaju relevantne informacije o načinu funkcionisanja celine. Osnovni pokazatelj jeste BDP (domaći bruto proizvod) kao osnova ovog istraživanja zbog osobine da apstrahuje uticaj fiskalnih poremećaja na čitav javni sektor, a na taj način i sektor zdravstvene zaštite. Takođe, sagledavaće se i odnosi

između budžetskih aproprijacija koje predstavljaju udele na rashodnoj strani budžeta namenjene za finansiranje zdravstvenih izdataka (Rajaković, 2021), što je ujedno pokazatelj udela rashoda u ukupnoj državnoj potrošnji kao sastavnom delu BDP-a.

Kao mera stanja zdravstvenog sistema koristili smo pokazatelje broja lekara opšte prakse na 100000 stanovnika, broja ispisanih bolesnika i broja bolničkih kreveta na 100000 stanovnika. Ovi pokazatelji upućuju na stepen kadrovske i materijalne opremljenosti zdravstvenog sistema kao neophodnih elemenata za sprovođenje osnovne zdravstvene delatnosti kao i broj ispisanih bolesnika koji predstavlja meru korišćenja zdravstvenih kapaciteta.

U radu su analizirani podaci Narodne banke Republike Srbije, Svetske zdravstvene organizacije, Zavoda za statistiku Republike Srbije, Instituta za javno zdravlje dr Milan Jovanović Batut za period 2013. - 2020. godine.

Kako bi se došlo do relevantnih pokazatelja upotrebljen je model  $BDP=C+G+I+X-M$ , rashodnog metoda utvrđivanja BDP u kome C označava ličnu potrošnju, G javnu potrošnju, I investicije, X izvoz, a M uvoz (Kroonenberg & Verbeek, 2018).

U toku istraživanja primenili smo model korelacije Pirsonovog koeficijenta  $r_{xy}=C_{xy}/SD_x \cdot SD_y$ , gde  $C_{xy}$  označava kovarijansu, a  $SD_x \cdot SD_y$ , proizvod standardnih devijacija x i y. (Dueck et al., 2017; Yoo et al., 2020)

Kako bi izvršili procenu vrednosti u narednom periodu zavisno od ekonomskih kretanja koristili smo metodu vremenskog linearnog trenda  $\hat{y} = b_0 + b_1x$ , gde  $\hat{y}$  predstavlja linearnu funkciju,  $b_0$  (prosek) i  $b_1$  (srednji apsolutni porast) predstavljaju ocene parametara, a (x) predstavlja podatke vremena. Za izračunavanje ocene parametara trenda koristi se metod najmanjeg kvadrata.

## Rezultat

U istraživanju polazeći od podataka koje smo prikupili i metoda koje primenjujemo izvršili smo statističku pripremu podataka radi mogućnosti njihove obrade.

Tabela 1. Finansijski pokazatelji u Republici Srbiji u milionima dinara

Godine	BDP	Budžet Republike Srbije	Izdaci iz Republičkog budžeta za zdravstvo			Ukupni izdaci za zdravstvo
			Izdaci za lične rashode	Izdaci za tekuće rashode	Izdaci za kapitalne rashode	
1	2	3	4	5	6	7
2013	2.355.065,6	581.842	338,19	7.880,45	8.070,50	16.289,14
2014	2.744.913,2	639.600	468,52	7.816,95	513,21	8.798,68
2015	2.880.059,0	698.756	569,04	11.761,42	22,70	12.353,16
2016	3.067.210,2	714.824	380,05	10.877,46	45,54	11.303,05
2017	3.407.563,2	804.947	369,90	15.089,20	166,74	15.625,84
2018	3.584.235,8	824.481	407,34	9.426,70	484,85	10.318,89
2019	3.876.403,4	965.700	439,78	9.624,83	227,78	10.292,39
2020	3.868.826,5	929.902	468,23	10.391,22	173,60	11.033,04
Ukupno	25.784.276,9	6.160.051	3.441,04	82.868,24	9.704,91	96.014,19

Izvor: <http://www.nbs.rs>; <http://www.mfin.gov.rs>

U istraživanju smo analizirali izdatake za kapitalne rashode zdravstvene zaštite (x) i ukupnie izdatake za zdravstvenu zaštitu iz budžeta Republike Srbije (y). Rezultati koji su dobijeni primenom PEARSON-OV metode korelacije(Gu & Wang, 2022) pokazali su da vrednost korelacije uznosi  $r_{xy}=0.63$ , odnosno da je u pitanju srednje pozitivna korelacija.

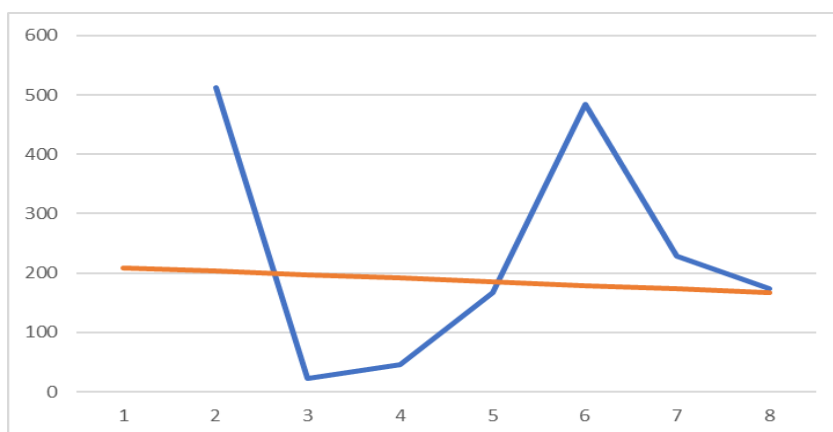
Ako se kao varijabla (x) stavi iznos ukupnog budžeta Republike Srbije za posmatrane godine (2013-2020), a kao pojava (y) ukupni izdaaci za zdravstvenu zaštitu, može se zamenom u PEARSON-OVOM modelu(Antoni, & Borghesani, 2019; Zhou et al., 2020) korelacije ustanoviti da vrednost koeficijenta korelacije, iznosi  $r_{xy}=-0,31$ . Na osnovu toga izvodi se zaključakda je korelacija slaba i negativna.

Tabela 2. Pokazatelji ljudskih i materijanih resursa zdravstva u Republici Srbiji

Godine	Broj bolesničkih postelja na 100000 stanovnika	Broj lekara opšte prakse na 100000 stanovnika	Ukupan broj ispisanih bolesnika
1	2	3	4
2013	540	59	1051150
2014	540	61	1006643
2015	541	61	1131589
2016	544	62	1154930
2017	548	62	1132146
2018	551	61	1126382
2019	551	61	1126382
Ukupno	3815	427	7729222

Izvor: <http://www.batut.org.rs>

Analizom ukupnih troškova zdravstvene zaštite (x) iz Tabele 1 i ukupno ispisanih bolesnika iz Tabele 2 (y), primenom PEARSON-OVE metode korelacije (Kim et al., 2019; Zhang et al., 2020) ustanovili smo da je vrednost koeficijenta korelacije  $r_{xy}=0,09$  što znači da je korelacija zanemarljiva mala između ove dve pojave.



Vremenski linearni trend, koji je korišćen za analizu podataka, dao je rezultat  $\hat{y} = 233,49 - 6,05x$ , gde je prosek u posmatrnom periodu kapitalnih rashoda 233,49 miliona dinara, a srednji apsolutni porast u predstavljenom periodu -6,05 miliona dinara. Izračunavanjem vrednosti trenda za 2028. godinu došli smo do rezultata od 166,95 miliona dinara.

### **Diskusija**

Rezultati do kojih se došlo u istraživanju nedvosmisleno su pokazali da izdaci za kapitalne rashode zdravstvene zaštite i ukupni izdaci za zdravstvenu zaštitu iz budžeta Republike Srbije imaju srednje pozitivan stepen korelacije što znači da u ovom slučaju opadanjem ukupnih izdataka iz budžeta za zdravstvenu zaštitu (Vukosavljević et al., 2021), u uslovima fiskalne konsolidacije, opadaju i izdaci za kapitalne investicije u zdravstvu (Madžar, 2020). Ovo je posebno značajno, jer se izdaci za zdravstvenu zaštitu tretiraju kao izdaci za društvene delatnosti, a oni za razliku od realnog sektora nemaju pozitivnu vezu sa stepenom uposlenosti radnih kapaciteta (Stanojević, 2020).

Odluka o smanjenju budžetskog razdela za zdravstvenu zaštitu, usled sprovođenja fiskalne konsolidacije u Republici Srbiji, objašnjiva je, ali ekonomski neopravdana (Milojević & Mihajlović, 2019). Na osnovu rezultata istraživanja može se zaključiti da je smanjenje izvršeno upravo u delu kapitalnih izdataka, jer su to na kratak rok najelastičniji izdaci, što na duži rok nije održivo, a usled tendencije da se rashodi za lične i tekuće rashode zdravstvene zaštite održe na postojećem nivou. Tendencija da se smanjenjem izdataka za kapitalne rashode (Miletić et al., 2020) u najmanjoj meri utiče na funkcionisanje finansiranja zdravstvenog sistema u celini, ipak ne umanjuje značaj kapitalnih rashoda kao sredstava neophodnih za razvoj sistema.

Rezultati istraživanja koji se odnose na iznos sredstava odobrenih za finansiranje zdravstvene zaštite iz budžeta Republike Srbije za projektovne godine (2013-2020) nam govore da je u posmatranom periodu zabeležena tendencija smanjenja udela izdataka Ministarstva zdravlja u ukupnom budžetu. Pored toga broj



ispisanih bolesnika je kontinuirano rastao. Na osnovu čega možemo zaključiti da je fosklana konsolidacija (Stojić et al., 2021), usled smanjenja izdataka za finansiranje zdravstvene zaštite, uticala negativno na zdravstveno stanje stanovništava u Republici Srbiji (u prvi red svrstavamo neurološka, neuropsihijatrijska i kardio vaskularna oboljenja).

Zbog povećanja broja ispisanih bolesnika u analiziranom periodu, za vreme fiskalne konsolidacije, kada je došlo do smanjenja ukupnog budžeta za zdravstvenu zaštitu, javlja se potreba za proširenjem bolničkih kapaciteta, a zbog efikasnijeg lečenja i nabavke dodatnih sredstava i nove savremenije opreme (Lepojević & Samardžić, 2022).

Odnos ukupnih troškova zdravstvene zaštite i ukupno ispisanih bolesnika nam govori da uprkos povećanju budžeta, u godinama sprovođenja fiskalne konsolidacije, ukupni troškovi zdravstvene zaštite se nisu smanjivali. Razlog smanjenja budžeta Ministarstvu zdravlja i zdravstvenoj zaštiti stanovništva u uslovima poremećaja, uprkos neznatnom povećanju budžeta Republike Srbije, može biti posledica premeštanja prioriteta države po pitanju uloge državnih institucija (Avakumović et al., 2021).

Takođe se može primetiti da su izdvajanja za zdravstvenu zaštitu znatno smanjena u poređenju sa godinom pre sprovođenja fiskalne konsolidacije. To se prvenstveno ogleda u izdacima za kapitalne rashode gde je sprovođenjem fiskalne konsolidacije izdatak za kapitalne rashode zdravstvene zaštite opadao (o čemu smo govorili u predhodnoj analizi).

Dodatni razlog smanjenja ukupnih izdataka za zdravstvenu zaštitu Republike Srbije i sve manje izdvajanje u uslovima sprovođenja fiskalne konsolidacije može da bude i sve veća zastupljenost pružanja zdravstvenih usluga privatnih zdravstvenih ustanova (Kosanović & Anđelski, 2016).

Vremenski linearni trend je korišćen za prikaz kretanja kapitalnih rashoda u oblasti zdravstvene zaštite, za vremenski period od 2013. godine do 2020. godine. Na dijagramu se može uočiti da je iznos kapitalnih rashoda u zdravstvu u periodu sprovođenja

fiskalne konsolidacije opadao, čime se dolazi do zaključka da su izdvajanja za kapitalne rashode u zdravstvu u ovom periodu značajno smanjena.

Primenom vremenog linearnog trenda za predviđanje iznosa kapitalnih rashoda za zdravstvo za 2025. godinu, došli smo do rezultata da, ako bi se uslovi ekonomske krize na zdravstveni sistem Republike Srbije nastavili, onda bi izdaci za kapitalne rashode nastavili sa opadanjem što bi imalo za rezultat narušavanje tehnološkog procesa zdravstvene zaštite, jer je potrebno napomenuti da zdravstvena zaštita spada u društvene delatnosti, usled čega nije moguće donositi poslovne odluke kao što je to slučaj u realnom sektoru privrede.

### **Zaključak**

Koristeći navedene statističke metode predstavili smo odnose između elemenata sistema zdravstvene zaštite i njihovog finansijskog uporišta u ekonomskoj moći države u uslovima sprovođenja fiskalne konsolidacije na primeru Republike Srbije. Prema našem mišljenju potkrepljeno validnim podacima najveći problem finansiranja zdravstvenog sistema Republike Srbije za vreme sprovođenja fiskalne konsolidacije predstavlja smanjeno finansiranje kapitalnih rashoda. Izdaci za kapitalne rashode su u velikoj meri redukovani. Smanjenje izdataka kapitalnih rashoda se odvijalo uporedo sa rastom broj ispisanih bolesnika iz čega proizilazi da je neophodno veliko ulaganje u proširenje bolničkih kapaciteta, nabavku savremene opreme kao i adaptiranje postojećih kapaciteta prvenstveno se misli na građevinske objekte neophodne za obavljanje delatnosti zdravstvene zaštite.

Važan element i krucijalni problem finansiranja zdravstvenog sistema Republike Srbije predstavlja i nerešen odnos finansiranja zdravstvene zaštite putem zdravstvenog osiguranja, odnosa obaveznog i dobrovoljnog osiguranja, uloga privatnog i državnog aparata zdravstvene zaštite i drugi sistemski elementi, što za posledicu daje rezultate do kojih smo došli.

## Literatura

1. Antoni, J. & Borghesani, P. (2019). A statistical methodology for the design of condition indicator, *Mech. Syst. Signal Process.*, 114, 290–327.
2. Avakumović, J., Tešić, R., & Karić, D. (2021). Menadžment tranzicionim procesima u funkciji održivog razvoja. *Održivi razvoj*, 3(1), 7-16. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2101007A>
3. Dueck, J., Edelman, D., & Richards, D. (2017). Distance correlation coefficients for Lancaster distributions. *J. Multivar. Anal.* 154, 19–39. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jmva.2016.10.012>
4. Gu, T., & Wang, D. (2022). A dual-rate sampled multiple innovation adaptive extended Kalman filter algorithm for state of charge estimation, *Int. J. Energy Res.*, 46, 18796–18808, <https://doi.org/10.1002/er.8498>.
5. Jovanović, S., Milovanović, S., Mandić, J., & Jovović, S. (2015). Sistemi zdravstvene zaštite. *Engrami*, 37(1), 75-82. <https://doi.org/10.5937/engrami1501075J>
6. Kim, M., Chun, H., Kim, J., Kim, K., Yu, J., Kim, T. et al., (2019). Data-efficient parameter identification of electrochemical lithium-ion battery model using deep Bayesian harmony search, *Appl. Energy*, 254, 113644, <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2019.113644>
7. Kosanović, R., & Anđelski, H. (2016). Finansiranje sistema zdravstvene zaštite u Republici Srbiji (2009-2015). *Zdravstvena zaštita*, 45(1), 42-68. <https://doi.org/10.5937/ZZ1601042K>
8. Kroonenberg, P.M., & Verbeek, A., (2018). The tale of cochran's rule: My contingency table has so many expected values smaller than 5, what am i to do?. *Amer. Statist.* 72 (2), 175–183. <http://dx.doi.org/10.1080/00031305.2017.1286260>.
9. Lepojević, E., & Samardžić, N. (2022). Ekološko preduzetništvo i održivi razvoj. *Održivi razvoj*, 4(1), 7-17. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2201007L>
10. Marković, R., Radulović, O., Ignjatović, A., Stojanović, M., & Višnjić, A. (2022). Kvalitet zdravstvene zaštite u Republici Srbiji - koncept kome i dalje težimo. *Glasnik javnog zdravlja*, 96(1), 71-77. <https://doi.org/10.5937/serbjph2201071M>

11. Madžar, L. (2020). Kretanje troškova zdravstvene zaštite u Srbiji. *Revizor*, 23(91-92), 57-67. <https://doi.org/10.5937/Rev2092057M>
12. Miletić, A., Belokapić, P., & Nešić, B. (2020). Specifičnosti upravljanja portfolijom inovacionih projekata. *Oditor*, 6(2), 91-107. <https://doi.org/10.5937/Oditor2002091M>
13. Milojević, I., & Mihajlović, M. (2019). Primena metoda ocene investicionih projekata u javnom sektoru. *Oditor*, 5(1), 19-31. <https://doi.org/10.5937/Oditor1901019M>
14. Miljković, M., (2022). Javni dug kao instrument fiskalne ravnoteže. *Revija prava javnog sektora*, 1(1), 45-63.
15. Rajaković, I. (2021). Tranzicija ka održivoj ekonomije u Srbiji - lekcije iz Danske. *Održivi razvoj*, 3(2), 41-68. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2102041R>
16. Stanojević, P. (2020). Ponašanje i odluke potrošača, *Menadžment u sportu*, Vol. 11, No. 1, str. 7-11
17. Stojić, V., Eraković, J., & Eraković, N. (2021). Pokazatelji efikasnosti sistema finansiranja zdravstvene zaštite u zemljama Zapadnog Balkana - kritička analiza. *Vojnosanitetski pregled*, 78(12), 1303-1310. <https://doi.org/10.2298/VSP191107046S>
18. Vukosavljević, D., Kaputo, J., Tešić, A., & Vukosavljević, D. (2021). Makroekonomsko okruženje i javni sektor - mesto i uloga. *Oditor*, 7(3), 37-50. <https://doi.org/10.5937/Oditor2103037V>
19. Yoo, Y., et al., (2020). A new correlation coefficient for comparing and aggregating non-strict and incomplete rankings. *European J. Oper. Res.* 285 (3), 1025-1041. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ejor.2020.02.02>
20. Zhang, Y., Li, Y., Song, J., Chen, X., Lu, Y., Wang, W. (2020). Pearson correlation coefficient of current derivatives based pilot protection scheme for long-distance LCC-HVDC transmission lines. *International Journal of Electrical Power & Energy Systems*, 116, 105526, <https://doi.org/10.1016/j.ijepes.2019.105526>.
21. Zhou, L.L., Ampon-Wireko, S., Wireko, B.E., Dauda, L., Owusu-Marfo, J., Kachie, T.A.D. (2020) The role of macroeconomic indicators on healthcare cost. *Healthcare*, 8(2): 123-123

## **ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY OF BUDGET EXPENDITURES FOR HEALTH CARE IN THE REPUBLIC OF SERBIA**

### ***Abstract***

*The health system of each country requires a certain type of financing in order to survive and meet basic life needs. In the majority of cases, health care is financed from the budget, which ensures that the demands of each individual and society as a whole are met. In this paper, applying statistical methods, the cause-and-effect relationships between certain elements of the health care system and sources of financing in different conditions of fiscal consolidation, with special reference to the Republic of Serbia, will be examined.*

**Keywords:** *budget, health care, fiscal consolidation.*

Datum prijema / Date of arrival: 21.05.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 14.07.2022.



Branimir Kalaš<sup>10</sup>  
Miloš Đaković<sup>11</sup>  
Milica Inđić<sup>12</sup>

## ANALIZA PRIHODA I RASHODA BUDŽETA AP VOJVODINE

Pregledni rad

UDK: 336.14/.153(497.113)"2006/2019"

### **Rezime**

*Budžetska stabilnost predstavlja jedan od fundamentalnih principa zdravih javnih finansija. Predmet rada podrazumeva analizu prihoda i rashoda budžeta u AP Vojvodini za vremenski period 2006-2019. godine sa posebnim osvrtom na poziciju transfernih sredstava opština i gradova. Rezultati analize su prikazali da su ukupni prihodi prosečno porasli za 10.89%, dok je rast ukupnih rashoda iznosio 6.62% na prosečnom nivou tokom posmatranog vremenskog perioda. Analiza budžetskih kretanja ukazuje na pozitivan relativan trend ukupnih transfera u 53% posmatranih opština AP Vojvodine u 2019. godini, gde se izdvajaju Irig i Sremski Karlovci sa procentualnim povećanjem od 114.7%, odnosno 72.4%. Na kraju, rezultati ukazuju da se Sremska Mitrovica i Vršac izdvajaju među gradovima u AP Vojvodini sa procentualnim rastom transfernih sredstava od 54.4%, odnosno 35.3%.*

**Ključne reči:** prihodi, rashodi, budžet, AP Vojvodina.

---

<sup>10</sup> Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, Subotica, email: [branimir.kalas@ef.uns.ac.rs](mailto:branimir.kalas@ef.uns.ac.rs)

<sup>11</sup> Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, Subotica, email: [milos.djakovic@ef.uns.ac.rs](mailto:milos.djakovic@ef.uns.ac.rs)

<sup>12</sup> Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, Subotica, email: [milica.indjic@ef.uns.ac.rs](mailto:milica.indjic@ef.uns.ac.rs)

## Uvod

Kvalitet javnih finansija predstavlja jedno od ključnih pitanja za kreatore ekonomske politike, pri čemu njihovo poboljšanje vodi dugoročnom ekonomskom rastu. Karakas i Turan (2019) ističu da dobro osmišljena fiskalna pravila podrazumevaju balansiranu vezu prihoda i rashoda, jer u suprotnom, neželjeni ishodi biće manifestovani kao odraz neusklađene fiskalne politike. Savremena fiskalna teorija sve više stavlja akcenat na makroekonomsku budžetsku politiku koja podrazumeva sintezu javnih prihoda i javnih rashoda u cilju stabilizacije i rasta privrede (Živković et al., 2019). Značajnost i specifičnost poreza se ogleda kroz njihovo prisustvo i promene koje nose sa sobom (Kalaš & Milenković, 2019). S obzirom na to da su porezi osnovni izvor javnih prihoda svake zemlje (Kalaš et al., 2017), logično je da se fiskalni autoriteti usredsrede na povećanje poreskih prihoda koji predstavljaju dominantan deo javnih sredstava. Naime, fundamentalna karakteristika poreskih prihoda jeste obaveznost i odsustvo neposredne protivusluge prilikom plaćanja poreza (Trklja et al., 2015).

Države moraju imati stabilne budžetske tokove kako bi se omogućilo finansiranje projektovanih rashoda u kalendarskoj godini. Budžet predstavlja finansijski instrument kojim se planiraju i predviđaju prihodi i rashodi političko-teritorijalne jedinice za određeno vremensko razdoblje, neretko, za jednu godinu (Vukša et al., 2013). Jelisavac-Trošić i Stojanović-Višić (2018) ističu značaj budžeta u modernoj ekonomiji zbog ekonomske, političke i pravne funkcije, dok Vladislavljević i Pešić (2018) definišu budžet kao osnovni instrument finansiranja javnih rashoda u svim savremenim državama. Naime, savremena fiskalna politika sve više daje na značaju pristupu u kome je budžet sve više sredstvo razvojne i stabilizacione politike, a sve manje sredstvo potrebnih socijalnih funkcija države (Milojević et al., 2014). Avram et al. (2020) ističu da kombinacija fiskalne, monetarne i budžetske politike uz definisanu politiku zarada može generisati rast baziran na potrošnji. Osnovna svrha fiskalnog ponašanja vlade podrazumeva osiguravanje finansijskih tokova u funkciji pokrivanja potreba na dugi rok, što implicira sprovođenje zdrave



fiskalne politike putem odgovarajuće fiskalne discipline (Onofrei et al., 2020). Autor Lukić (2019) ističe da savremena struktura budžeta podrazumeva tekuću i kapitalnu kategoriju budžeta. Tekući budžet je namenjen za uobičajene troškove koji nastaju po osnovu širokog spektra usluga, dok kapitalni budžet uključuje razvojnu komponentu društveno teritorijalne jedinice. Prema klasičnoj ekonomskoj teoriji, budžetska ravnoteža predstavlja uslov, dok moderna ekonomska teorija budžetsku ravnotežu dovodi u kontekst sa privrednom ravnotežom (Ćurčić, 2016). Analiza autora Socol et al. (2018) pokazuje da smanjenje strukturnog budžetskog deficita rezultira pobošljanjem indikatora socijalne održivosti. Budžetski planovi treba da promovišu posvećenost nacionalnih vlada sa aspekta uvažavanja fiskalnih pravila (Stoian et al., 2018). Cifuentes-Silva et al. (2020) naglašavaju koncept transparentnosti budžeta kao jedan od važnih činilaca prilikom upravljanja javnim sredstvima. Dimitrijević (2016) definiše koncept budžetiranja prema učinku koji implicira poboljšanje ekonomičnosti, efikasnosti i efektivnosti korišćenja javnih sredstava kroz povezivanje finansiranja budžetskih korisnika sa rezultatima koje realizuju. Posredstvom budžeta moguće je uticati na privredne tokove kroz definisane politike javnih prihoda i javnih rashoda. Naime, politika javnih prihoda podrazumeva poresko planiranje i određivanje optimalnih efekata poreskih oblika na ekonomske tokove. S druge strane, politika javnih rashoda može biti usmerena na određene privredne segmente ili grane u cilju pospešivanja njihovog razvoja. Streimikiene et al. (2018) ukazuju da vlada kreira razvojne projekte od opšteg interesa kako bi obezbedila prikupljanje i povećanje poreskih prihoda. Wu et al. (2018) ističu značaj preferencijalnih poreskih politika i izdataka za infrastrukturu lokalnih vlasti koji su u funkciji privlačenja kapitala i ostvarivanja pozitivnih implikacija na ekonomski rast. Stakić i Jezdimirović (2012) ističu nekoliko osnovnih principa javnih rashoda: usaglašavanje nivoa rashoda sa nivoom nacionalnog dohotka, srazmerno pokrivanje društvenih potreba, interes društva u kreiranju javnih rashoda, balans u finansijskim i privrednim bilansima, kao i održavanje determinisane strukture javnih

rashoda. Shodno tome, potrebno je utvrditi nivo javnih rashoda na odgovarajući način, kako bi se mogli prikupiti prihodi i na taj način omogućiti njihovo finansiranje (Kalaš et al., 2016).

### **Budžetski prihoda i rashodi u AP Vojvodini**

Budžetska stabilnost ovog regiona predstavlja važan segment ekonomske strukture Republike Srbije, gde se nameće potreba ravnomernog regionalnog razvoja. To podrazumeva adekvatan stepen subregionalizacije zemlje, institucionalizacija regionalne politike, kao i obezbeđivanje finansijskih sredstava iz odgovarajućih finansijskih izvora, uključujući i određeni vid nefinansijske podrške (Molnar, 2018).

Na osnovu Informacija o izvršenju pokrajinske skupštinske odluke o budžetu AP Vojvodine za 2019. godinu (Pokrajinski sekretarijat za finansije, 2020), ukupno projektovan obim budžeta AP Vojvodine za 2019. godinu je iznosio 75.151.258.508,08 dinara, pri čemu je planiran budžetski deficit u iznosu od 5.016.917.228,70 dinara. Analizirajući prihode i rashode, zabeležen je budžetski deficit od 1.820.705.782,41 dinara kao posledica manjeg nivoa izvršenih rashoda i izdataka u posmatranoj godini. Ukupna sredstva u budžetu AP Vojvodine u 2019. godini su iznosila 74.614.017.221,03 dinara, odnosno 99.29% od planiranih 75.151.258.508,08 dinara. U posmatranom periodu, prihodi i primanja budžeta AP Vojvodine sortirani su prema aspektu naplate:

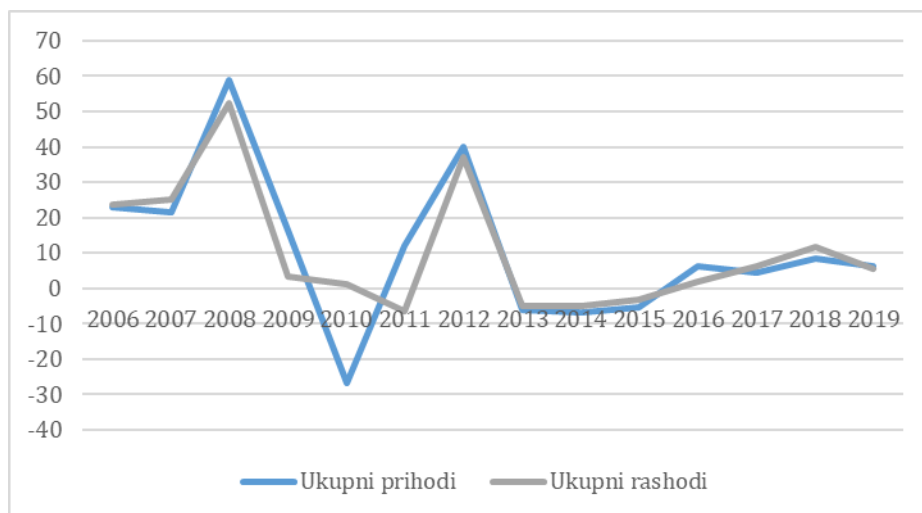
- izvorni prihodi i primanja sa učešćem od 4.01% u ukupno ostvarenim tekućim prihodima i primanjima budžeta AP Vojvodine, odnosno realizovano 2.823.350.905,98 dinara.
- ustupljeni prihodi i primanja sa učešćem od 32.99% u ukupno ostvarenim tekućim prihodima i primanjima budžeta AP Vojvodine, odnosno realizovano 23.228.906.521,53 dinara.
- transferna sredstva sa učešćem od 63% u ukupno ostvarenim tekućim prihodima i primanjima budžeta AP Vojvodine, odnosno realizovano 44.355.895.643,51 dinara.

S druge strane, rashodi i izdaci budžeta AP Vojvodine u 2019. godini iznose 71.414.449.103,53 dinara, odnosno 95.03% od planiranih 75.151.258.508,08 dinara. U posmatranom periodu, izvršeni rashodi i izdaci budžeta AP Vojvodine mogu se razvrstati:

- tekući rashodi u vidu rashoda za zaposlene, rashoda za korišćenje usluga u roga, upotrebe osnovnih sredstava, otplate kamata, subvencija, donacija, dotacije i transfera, prava iz socijalnog osiguranja, kao i ostalih rashoda i administrativnih transfera – sredstava rezervi u iznosu od 69.429.928.868,91 dinara.
- izdaci za nefinansijsku imovinu u iznosu od 699.560.771,89 dinara.
- izdaci za otplatu glavnice i nabavku finansijske imovine u iznosu od 1.284.959.462,74 dinara.

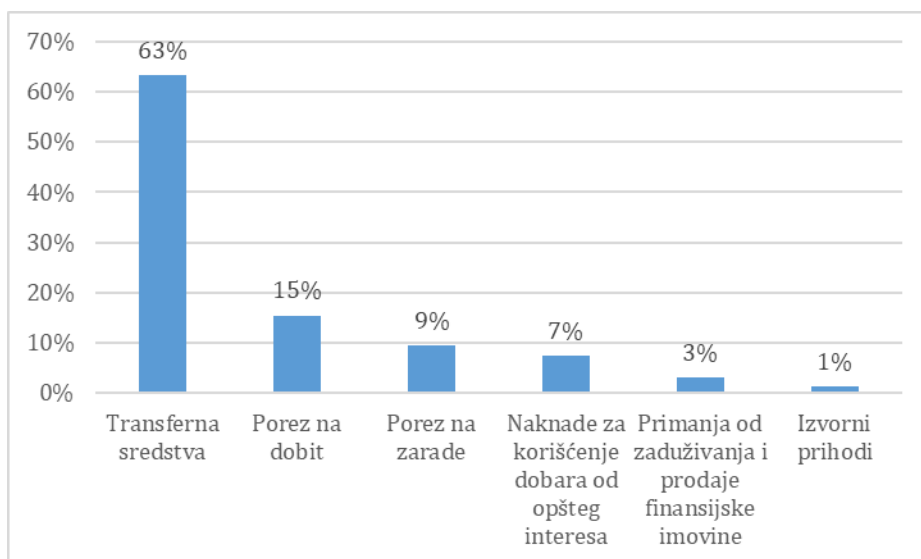
Kako bi se prikazao trend kretanja ukupnih primanja i ukupnih izdataka budžeta AP Vojvodine, sledi analiza njihovih vrednosti u periodu od 2006-2019. godine radi utvrđivanja relativnog trenda.

Grafikon 1. Ukupna primanja i ukupni izdaci AP Vojvodine



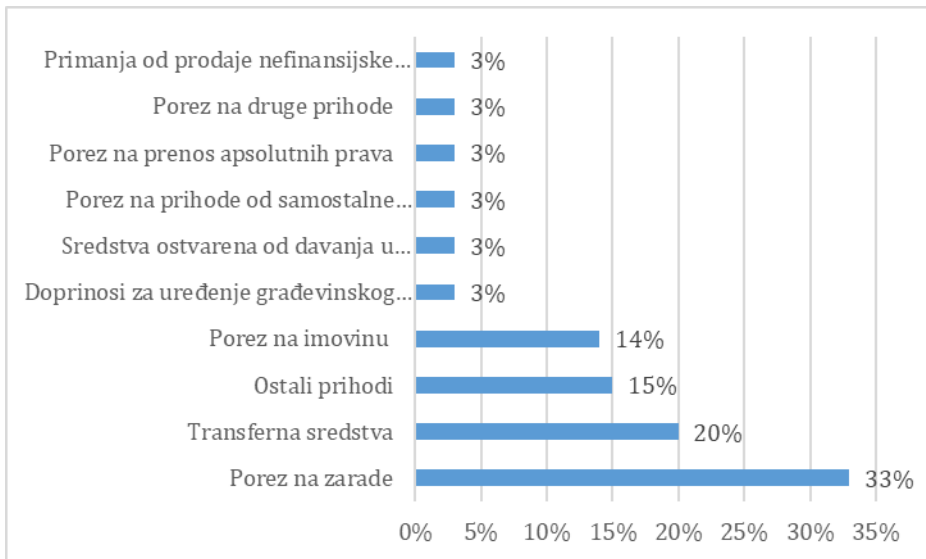
Na grafikonu 1 predstavljen je relativan trend ukupnih prihoda i ukupnih rashoda budžeta AP Vojvodine za vremenski period 2006-2019. godine. Prosečan rast ukupnih prihoda iznosi 10.89%, dok su ukupni izdaci prosečno povećani za 6.62%. Kao što se može uočiti, zabeležen je intenzivniji rast ukupnih primanja u odnosu na ukupne izdatke, pri čemu je najveći rast zabeležen 2012. godine od 39.88%. S druge strane, najveći pad ukupnih primanja je evidentiran 2010. godine od 26.75%, dok su istom periodu ukupni izdaci porasli za 1.25%.

Grafikon 2. Struktura ostvarenih prihoda budžeta u 2019. godini



Na grafikonu 2 prikazana je struktura ostvarenih prihoda budžeta AP Vojvodine u 2019. godini. Na osnovu prezentovanog, može se zaključiti da transferna sredstva čine 63.3% ukupno ostvarenih prihoda. Prihodi po osnovu poreza na dobit čine 15.4% ukupno ostvarenih prihoda, dok ostali prihodi, primanja i naknade ne prelaze 10% ukupno ostvarenih prihoda budžeta AP Vojvodine u 2019. godini.

Grafikon 3. Struktura ostvarenih prihoda i primanja jedinica lokalne samouprave u 2019. godini



Analizirajući prihode i primanja jedinica lokalne samouprave za 2019. godinu, primetno je da porez na zarade i transferna sredstva čine preko 50% ukupno ostvarenih prihoda i primanja jedinica lokalne samouprave. Slede porez na imovinu i postali prihodi koji čine blizu trećinu ukupno ostvarenih prihoda i primanja jedinica lokalne samouprave u AP Vojvodini.

Tabela 1. Ukupni transferi po opštinama u AP Vojvodini

Opština/grad	Ukupni transferi 2018	Ukupni transferi 2019	Nominalni rast/pad	Relativni rast/pad
Ada	144417	106709	-37708	-26.1%
Alibunar	239482	330739	91257	38.1%
Apatin	349964	328172	-21792	-6.2%
Bač	389332	274444	-114888	-29.5%
Bačka Palanka	405293	433593	28300	7.0%
Bačka Topola	331787	414600	82813	25.0%
Bački Petrovac	260656	292148	31492	12.1%
Bela Crkva	299304	394639	95335	31.9%

Beočin	160269	123386	-36883	-23.0%
Bečeј	343425	304048	-39377	-11.5%
Vrbas	376276	382121	5845	1.6%
Žabalj	267493	310534	43041	16.1%
Žitište	301527	360195	58668	19.5%
Indija	512592	384210	-128382	-25.0%
Irig	172436	370209	197773	114.7%
Кањижа	192186	253233	61047	31.8%
Ковачица	348439	395351	46912	13.5%
Kovin	293131	346008	52877	18.0%
Kula	470663	362242	-108421	-23.0%
Mali Idoš	193166	208228	15062	7.8%
Nova Crnja	264339	169474	-94865	-35.9%
Novi Bečeј	295732	383933	88201	29.8%
Novi Kneževac	180153	178439	-1714	-1.0%
Opovo	423508	174442	-249066	-58.8%
Odžaci	332729	376721	43992	13.2%
Pećinci	203302	169612	-33690	-16.6%
Plandište	222905	329150	106245	47.7%
Ruma	515268	366445	-148823	-28.9%
Senta	177088	147051	-30037	-17.0%
Sečanj	224241	251270	27029	12.1%
Srbobran	160277	152697	-7580	-4.7%
Sremski Karlovcі	123635	213189	89554	72.4%
Stara Pazova	371364	390984	19620	5.3%
Temerin	279923	364177	84254	30.1%
Titel	227908	231695	3787	1.7%
Čoka	230729	200912	-29817	-12.9%
Šid	357135	359205	2070	0.6%

Tabela 1 prikazuje apsolutan i relativan trend ukupnih transfera po opštinama u AP Vojvodini za 2019. godinu. Pozitivan relativan trend je zabeležen u više od 50% posmatranih opštinama, pri čemu je najveći rast evidentiran u Irigu (114.7%) i Sremskim Karlovcima (72.4%). Suprotno, ukupni transferi su umanjeni za 58.8% u Opovu što predstavlja najveći pad u odnosu na ostale opštine u AP Vojvodini za 2019. godinu.

Tabela 2. Ukupni transferi po gradovima u AP Vojvodini

Opština/grad	Ukupni transferi 2018	Ukupni transferi 2019	Nominalni rast/pad	Relativni rast/pad
Vršac	217532	294271	76739	35.3%
Kikinda	520003	410363	-109640	-21.1%
Zrenjanin	488160	4162441	-71919	-14.7%
Novi Sad	2806031	2541973	-264058	-9.4%
Pančevo	359967	341594	-18373	-5.1%
Sombor	833532	737041	-96491	-11.6%
Sremska Mitrovica	442386	682875	240489	54.4%
Subotica	905895	947035	41140	4.5%

Nakon analize ukupnih transfera po opštinama, potrebno je prikazati i kretanje transfernih sredstava po gradovima u AP Vojvodini. Kao što se može uočiti, primetan je pozitivan relativan rast u Vršcu, Sremskoj Mitrovici i Subotici, dok je u ostalim gradovima evidentiran manji iznos ukupnih transfera u 2019. godini. Najveći rast ukupnih transfera je zabeležen u Sremskoj Mitrovici (54.4%) i Vršcu (35.3%), dok su transferna sredstva najviše umanjena Kikindi (-21.1%) i Zrenjaninu (-14.7%).

### Zaključak

Rad analizira prihode i rashode budžeta u AP Vojvodini za vremenski period 2006-2019. godine sa posebnim osvrtom na poziciju transfernih sredstava opština i gradova. Ukupna primanja u budžetu AP Vojvodine su prosečno rasla za 10.89% tokom posmatranog vremenskog perioda, dok su ukupni izdaci prosečno povećani za 6.62%. To podrazumeva da je identifikovan intenzivniji rast ukupnih primanja u odnosu na ukupne izdatke. U okviru strukture ostvarenih prihoda budžeta AP Vojvodine, transferna sredstva čine 63.3% ukupno ostvarenih prihoda u 2019. godini. Posmatrajući prihode i primanja jedinica lokalne samouprave za 2019. godinu, evidentno je da porez na zarade i transferna sredstva čine više od polovine ukupno ostvarenih prihoda i primanja jedinica lokalne samouprave, odnosno 53.3%.

Rezultati analize ukazuju na pozitivan relativan trend ukupnih transfera u više od 50% posmatranih opština AP Vojvodine u 2019. godine, pri čemu je najveći rast zabeležen u Irigu i Sremskim Karlovcima za 114.7%, odnosno 72.4% u odnosu na prethodnu godinu. Takođe, rezultati prikazuju rastući relativan trend ukupnih transfera u većini gradova AP Vojvodine, gde se izdvajaju Sremska Mitrovica i Vršac sa procentualnim povećanjem od 54.4%, odnosno 35.3% u odnosu na prethodnu godinu.

### Literatura

1. Avram, A., Barna, F.M., Năchescu, M.L., Avram, C.D., & Avram, R.L. (2020). Responsible Governance and the Sustainability of Populist Public Policies. The Implications of Wage-Led Growth Strategy in Romania. *Sustainability*, 12(7), 1-21. DOI:10.3390/su12072975
2. Cifuentes-Silva, F., Fernández-Álvarez, D., & Labra-Gayo, J.E. (2020). National Budget as Linked Open Data: New Tools for Supporting the Sustainability of Public Finances. *Sustainability*, 12(11), 1-12. DOI:10.3390/su12114551
3. Ćurčić, M. (2016). Budget deficit of the Republic of Serbia. *Oditor*, 2(2), 51-58.
4. Vladislavljević, V., & Pešić, H. (2018). Budget procedure in the Republic of Serbia: Writing, approval and adoption of the balance sheet. *Oditor*, 4(2), 90-100.
5. Dimitrijević, M. (2016). Performance budgeting as the highest stage of the budget system development. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Nišu*, 55(73), 87-103.
6. Živković, A., Pantić, N. & Rosić, M. (2019). Fiscal sustainability of the macroeconomic system of European Union members. *Oditor*, 5(2), 32-41.
7. Jelisavac-Trošić, S., & Stojanović-Višić, B. (2018). EU budget and budget of Serbia: impact on Serbia's accession to the EU. *Ekonomika preduzeća*, 66(3-4), 266-282.
8. Kalaš, B., Pjanić, M., & Andrašić, J. (2016). Struktura i trend javnih rashoda u Republici Srbiji. *Ekonomija teorija i praksa*, 9(1), 53-63.



9. Kalaš, B., Mirović, V., & Andrašić, J. (2017). Struktura poreza u Republici Srbiji, *Finansije*. (1-6), 7-18.
10. Kalaš, B., & Milenković, N. (2019). Fundamentalne karakteristike i efekti poreskih oblika. *Kultura polisa*, 16(38), 749-790.
11. Karakas, M., Turan, T. (2019). The Government Spending-Revenue Nexus in CEE Countries: Some Evidence from Asymmetric Effects. *Prague Economic Papers*, 28(6), 633-647. DOI: 10.18267/j.pep.697;
12. Lukić, M. (2019). Uloga budžeta u finansiranju lokalne samouprave. *Vojno delo*, 71(2), 265-277.
13. Milojević, I., Ignjatijević, S., & Đorđević, D. 2014. Ekonomske teorije održanja budžetskog deficita. *Ekonomija teorija i praksa*, 7(2), 47-60.
14. Molnar, D., Manić, E. (2018). Nova subregionalizacija za novu regionalnu politiku Srbije. *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 54(40), 3-19.
15. Onofrei, M, Gavriluta (Vatamanu), Anca, Bostan, Ionel, Oprea, Florin, Paraschiv, Gigel, and Lazăr, Christina. Mihaela. 2020. "The Implication of Fiscal Principles and Rules on Promoting Sustainable Public Finances in the EU Countries", *Sustainability*, 12(7): 1-20. DOI:10.3390/su12072772
16. Pokrajinski sekretarijat za finansije. (2020). <http://www.budzet.vojvodina.gov.rs/wp-content/uploads/2020/02/Informacija-o-izvršenju-budžeta-APV-januar-decembar-2019.pdf>
17. Socol, C., Marinas, M., Socol, A.G., & Armeanu, D. (2018). Fiscal Adjustment Programs versus Socially Sustainable Competitiveness in EU Countries. *Sustainability*, 10(10): 1-17. DOI:10.3390/su10103390
18. Stakić, B., & Jezdimirović, M. (2012). „Javne finansije - Šesto izmenjeno i dopunjeno izdanje“, Univerzitet Singidunum, Beograd
19. Streimikiene, D., Ahmed, R.R., Vveinhardt, J., Ghauri, S.P., & Zahid, S. (2018). "Forecasting tax revenues using time series techniques – a case of Pakistan", *Economic Research –*

- Ekonomska istraživanja*. 31(1), 722-754, DOI: 10.1080/1331677X.2018.1442236;
20. Trklja, R., Dašić, B., & Trklja, M. (2015). Budžet Republike Srbije – pregled prihoda i rashoda. *Ekonomski signali*, 10(2), 43-56.
21. Stoian, A., Braşoveanu, O.L., Braşoveanu, I.V., & Dumitrescu, B. (2018). A Framework to Assess Fiscal Vulnerability: Empirical Evidence for European Union Countries. *Sustainability*, 10(7): 1-20. DOI:10.3390/su10072482
22. Vukša, S., Ristić, Ž., Dinčić, M., & Belokapić, P. (2013). *Poreska i budžetska kontrola i revizija*. EtnoStil, Beograd.
23. Wu, B., Xu, X., & Feng, Z. (2018). Investment Promotion, Fiscal Competition and Economic Growth Sustainability. *Sustainability*, 10(1), 1-12.

## **ANALYSIS OF INCOME AND EXPENDITURES OF THE BUDGET OF AP VOJVODINA**

### ***Abstract***

*Budget stability is one of the fundamental principles of healthy public finances. The subject of the paper includes the analysis of budget revenues and expenditures in AP Vojvodina for the period 2006-2019 with special focus to the position of transfer funds of municipalities and cities. The results of the analysis have shown that total revenues average increased by 10.89%, while the growth of total expenditures was 6.62% on average level during the observed time period. The analysis of budget trends indicates a positive relative trend of total transfer funds in 53% of the observed municipalities of AP Vojvodina in 2019, where Irig and Sremski Karlovci stand out with a percentage growth of 114.7% and 72.4%. Finally, the results indicate that Sremska Mitrovica and Vršac stand out among the cities in AP Vojvodina with a percentage growth of transfer funds of 54.4% and 35.3%.*

**Key words:** *revenues, expenditures, budget, AP Vojvodina*

Datum prijema / Date of arrival: 21.02.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 14.04.2022.

Milan Ječmenić\*

## SADRŽINSKA KONTROLA I KONTROLA TRANSPARENTNOSTI UGOVORNIH KLAUZULA O EKONOMSKOM EKSPLOATISANJU PRAVA LIČNOSTI FUDBALERA BUNDES LIGE

Pregledni rad

UDK: 342.721

349.22:331.106.26-049.7]:796/799

796.332.071.2(430)

### **Apstrakt**

*Pokrajinski sud u Frankfurtu, u jednoj presudi izneo je stav, da klauzule ugovora koji se zaključuje između fudbalskih klubova Bundes lige i fudbalera Bundes lige, a koje se tiču ustupanja prava ličnosti fudbalera na ekonomsko eksploatisanje klubovima, kao i mogućnosti samostalnog ekonomskog eksploatisanja prava ličnosti fudbalera, nisu protivne članu 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika. Pokrenulo je to široku diskusiju i polemiku među nemačkim pravnicima. Inače, pitanje nije usko vezano za nemački profesionalni fudbal. Naprotiv, radi se o globalnoj pojavi u sportu. U celom svetu su takve i slične klauzule uobičajene. U radu autor najpre u kratkim crtama prikazuje presudu Pokrajinskog suda u Frankfurtu, zatim skicira sporne klauzule i na kraju predstavlja mišljenja nekoliko nemačkih pravnika o usklađenosti spornih klauzula sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika.*

**Ključne reči:** *prava ličnosti, ekonomsko eksploatisanje, netransparentne klauzule, neprimereno oštećenje.*

### **Uvod**

Jedna presuda Pokrajinskog suda u Frankfurtu izazvala je veliku diskusiju među nemačkim pravnicima. Naime, radilo se o sporu

---

\* Docent, Poslovni i pravni fakultet, Univerzitet MB, Srbija, Beograd, Republika Srbija, [milanjecmenic@yahoo.com](mailto:milanjecmenic@yahoo.com)

između Nemačke fudbalske lige, kao tužioca, i firme Konami didžital entertejnment, kao tuženog. Tužilac je tvrdio da su ekskluzivna prava upotrebe imena, logotipa i boja klubova Bundes lige, kao i imena i slika fudbalera Bundes lige u kompijuterskim igricama ustupljena firmi Fa. Elektronik arts ink, te da je tuženi neovlašćeno koristio slike fudbalera Bundes lige za svoju kompijutersku igricu. Tuženi je tvrdio, da su fudbaleri Bundes lige pravo upotrebe njihovih slika preneli na nemačko Udruženje profesionalnih fudbalera, a ovo je ta prava prenelo na Međunarodno udruženje profesionalnih fudbalera čiji je član, a koje je zatim to pravo ustupilo tuženom. Osim toga, tvrdio je tuženi, da su fudbaleri fudbalskog kluba Bajern iz Minhena, ista prava posebnim ugovorom preneli na Međunarodno udruženje profesionalnih fudbalera, a ovaj ih ustupio tuženom.

Sud je najpre zauzeo stav, da i pored načelne neprenosivosti prava ličnosti, ipak, ova mogu imati imovinske elemente koje se mogu prenositi. Zatim je konstatovao, da u pogledu ovlašćenja na ekskluzivnu upotrebu prava ličnosti fudbalera Bundes lige postoji neprekidni sled sticanja, koji vodi od fudbalera, preko klubova, do Ligaškog saveza. Na osnovu toga, fudbaleri fudbalskog kluba Bajern iz Minhena, nisu mogli ista prava preneti Međunarodnom udruženju profesionalnih fudbalera. Usled nedovoljno dokaza, sud takođe nije prihvatio tvrdnju tuženog o ustupanju ovlašćenja na upotrebu prava ličnosti fudbalera Bundes lige nemačkom Udruženju profesionalnih fudbalera i od ovog zatim na Međunarodno udruženje profesionalnih fudbalera.

Sve to nije bilo sporno. Ono što je izazvalo veliku pažnju nemačkih pravnika bio je stav suda, da klauzule ugovora o radu koji se zaključuje između fudbalskih klubova Bundes lige i fudbalera Bundes lige, kojima se fudbalskim klubovima Bundes lige ustupaju prava ličnosti fudbalera Bundes lige na ekonomsko eksploatisanje nisu protivne članu 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Videti, LG Frankfurt/Main, 12.12.2008 - 2 - 06 O 249/06, dostupno na: <https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=LG%20Frankfurt/Main&Datum=12.12.2008&Aktenzeichen=6%200%20249/06>.

Naime, radi se o formularnom ugovoru koji sastavlja Nemačka fudbalska liga, dakle jednom unapred formulisanom, sadržinski tipiziranom i standardizovanom ugovoru o radu, koji fudbalski klubovi Bundes lige zaključuju sa fudbalerima Bundes lige (Rybak, 1999: 70). Ovaj ugovor o radu u potpunosti odgovara zakonskoj definiciji opštih uslova poslovanja iz člana 305 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika, po kome su opšti uslovi poslovanja svi za jedan veliki broj ugovora unapred formulisani ugovorni uslovi, koje jedna ugovorna strana, prilikom zaključenja ugovora postavlja drugoj ugovornoj strani.<sup>14</sup>

Dakle, ovaj ugovor o radu tretira se kao opšti uslovi poslovanja, te shodno tome podvrgava se kontroli sadržaja i kontroli transparentnosti na temelju člana 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika, po kome su nevažeće klauzule opštih poslovnih uslova, ako one ugovornog partnera primenjivača opštih poslovnih uslova suprotno načelu savesnosti i poštenja neprimereno oštećuju, a neprimereno oštećenje može takođe i iz toga proizići, da klauzule nisu jasne i razumljive.<sup>15</sup> Za postojanje oštećenja, treba proveriti da li se ugovorni partner primenjivača opštih poslovnih uslova zbog upitne klauzule u jednoj objektivno lošijoj pravnoj poziciji nalazi, nego što bi to bio slučaj bez njenog važenja, a ako se oštećenje ustanovi, usmerava se provera na obeležje neprimerenosti, pri čemu, nakon što se ustanove interesi obe ugovorne strane na koje se upitna klauzula odnosi, treba oni međusobno da se odmere (Gelinski, 2016: 102-103). Nalog transparentnosti i njemu imanentan nalog određenosti zahtevaju da klauzula što je moguće jasnije pokaže njene pretpostavke i pravne posledice, kako bi se neopravdani manevarski prostor za procene primenjivača opštih poslovnih uslova umanjio. Puka potreba za tumačenjem jedne klauzule prouzrokuje njenu netransparentnost, samo ako jedna jasnija formulacija bez teškoća je bila moguća, a klauzula je ipak tako formulisana, da se njena

---

<sup>14</sup> Videti, čl. 305, st.1, Nemačkog građanskog zakonika, dostupno na: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>.

<sup>15</sup> Videti, čl. 307, st.1, Nemačkog građanskog zakonika, dostupno na: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>.

sadržina samo putem sveobuhvatnog tumačenja da utvrditi (Gelinski, 2016: 101-102). Mi ćemo u nastavku najpre skicirati sporne klauzule, a zatim prikazati mišljenja nekoliko nemačkih autora o njihovoj usklađenosti sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika. Inače, problematika nije vezana samo za nemački profesionalni fudbal. Radi se globalnoj pojavi, jer su takve klauzule širom sveta u sportu uobičajene (Za srpsko pravo, videti: Ječmenić, 2018: 374-389).

### **Sporne klauzule ugovora o radu o pravu na ekonomsko eksploatisanje prava ličnosti fudbalera Bundes lige**

U vezi ustupanja prava ličnosti na ekonomsku eksploataciju, ugovor o radu sadrži sledeće, čini nam se na prvi pogled, prilično nejasne, konfuzne i neodređene klauzule. Najpre, fudbaler odobrava klubu isključivo pravo, da njegovu sliku, njegovo ime (uključujući i nadimak i umetničko ime), od njega izgovorene reči, kao i posebna obeležja ličnosti koja su u vezi sa fudbalom, neograničeno primenjuje i iskorišćava, pod uslovom da je to u vezi sa njegovom aktivnošću kao licenciranog fudbalera, i da se ne radi o njegovoj isključivo privatnoj sferi. Zatim se pojašnjava da ovde odobreno ekonomsko iskorišćavanje prava ličnosti koje je u vezi njegove aktivnosti kao licenciranog fudbalera, postoji npr. u slučaju iskorišćavanja preko televizije, interneta, usluga mobilne telefonije, kompijuterskih igrica, albuma sa sličicama..., a da su prava ličnosti koja su svrstana u isključivu privatnu sferu fudbalera i koja ovom preostaju na ekonomsko iskorišćavanje vezana za npr. spisateljske aktivnosti i reklamu za proizvode koji nisu u vezi sa fudbalom, pri čemu ova nabranja su data samo primera radi i ni u kom slučaju nisu konačna.

Nadalje se predviđa, da ukoliko fudbaler želi sam ekonomski da iskorišćava prava ličnosti koja je ekskluzivno odobrio klubu, uvek mu je potrebno prethodno pismeno odobrenje kluba, a koje ovaj može uskratiti, ukoliko se tome suprotstavlja jedan posebno opravdan interes kluba. Isto tako, jednom dato odobrenje, u svakom se trenutku može opozvati. Propisuje se dalje, da ekonomsko iskorišćavanje prava ličnosti koja su u vezi sa njegovom aktivnošću kao licenciranog fudbalera, fudbaler neće odobriti

nikom drugom, mimo kluba. Takođe, klub je u obimu odobrenja ovlašćen da sliku, ime (uključujući i nadimak i umetničko ime), izgovorene reči, kao i posebna obeležja ličnosti koja su u vezi sa fudbalom, fudbalera, neograničeno primenjuje i iskorišćava, a posebno da ih ustupi Nemačkom fudbalskom savezu, Ligaškom savezu, ili Nemačkoj fudbalskoj ligi u cilju ispunjenja njihovih ugovornih obaveza. I na kraju, fudbaler izričito pristaje da se njegova prava ličnosti mogu iskorišćavati i u okviru grupnog marketinga, pod kojim se podrazumevaju marketinške mere, koje klubove Bundes lige u njihovoj celokupnosti, ili u bitnim delovima obuhvataju.<sup>16</sup>

Pokrajinski sud u Frankfurtu, smatrao je da ove klauzule ugovora o radu nisu protivne članu 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika. Naime, ne radi se o neprimerenom oštećenju fudbalera, jer fudbaleri se ne odriču svih prava ličnosti na takav način da se krše njihova osnovna prava. Fudbaleri prenose pravo na ekonomsko iskorišćavanje svojih prava ličnosti koje se tiče njihove aktivnosti kao licenciranog fudbalera, dok su od prenosa izuzeta sva prava ličnosti koja spadaju u privatnu sferu fudbalera. Osim toga, smatrao je sud da klauzule nisu netransparentne.<sup>17</sup>

Međutim, nemački pravници su se zapitali, čini nam se sa pravom, prvo, šta su posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom i sa tim u vezi, kada se radi o jednoj aktivnosti licenciranog fudbalera, a kada jedna aktivnost spada u isključivo privatnu sferu fudbalera, kao i šta su proizvodi koji nisu u vezi sa fudbalom? Drugo, kada klub ima posebno opravdan interes na osnovu koga može fudbaleru uskratiti odobrenje da sam ekonomski iskorišćava svoja prava ličnosti? Radi preglednosti, mada precizno razgraničenje usled preklapanja nije moguće, postoje dve sporne grupe klauzula. Najpre, one koje se tiču ustupanja prava ličnosti fudbalera Bundes lige na ekonomsko eksploatisanje klubovima Bundes lige. Zatim, one kojima se uređuje mogućnost samostalnog ekonomskog eksploatisanja prava ličnosti

---

<sup>16</sup> Videti, Musterarbeitsvertrag der DFL, dostupno na: <https://www.dfl.de/de/>.

<sup>17</sup> Videti, LG Frankfurt/Main, 12.12.2008 – 2 – 06 O 249/06, dostupno na: <https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=LG%20Frankfurt/Main&Datum=12.12.2008&Aktenzeichen=6%200%20249/06>.

fudbalera. Tako ćemo u nastavku i izložiti stavove nemačkih autora o usklađenosti ovih klauzula sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika.

### **Kompatibilnost klauzula o ustupanju prava ličnosti fudbalera Bundes lige na ekonomsko eksploatiranje klubovima Bundes lige sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika**

Prema Kristini Gelinski, upitno je šta treba podrazumevati pod posebnim obeležjima ličnosti u vezi sa fudbalom. Naročito zato što su pravo na sopstvenu sliku, ime i reč posebno izdvojeni, a upravo tu leže bitna obeležja ličnosti fudbalera koja se mogu koristiti u reklamne svrhe. Ipak, kroz upućivanje na vezu sa fudbalom i kroz isključivanje privatne sfere, dolazi jasno do izražaja prema ovoj autorki, da formulaciju posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom treba shvatiti tako da se radi o vezivanju za radni odnos licenciranog fudbalera. Tako da, ona smatra ovu klauzulu transparentnom i usklađenom sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika (Gelinski, 2016: 202).

Ima i suprotnih mišljenja. Peter Herman ističe da se fudbaleri Bundes lige redovno prvenstveno zbog njihovih fudbalskih aktivnosti i njihove popularnosti koja upravo iz toga proizilazi takođe i van terena u javnosti prepoznaju, tako da gotovo sva obeležja ličnosti fudbalera na neki način pokazuju vezu ka fudbalskom sportu. To važi i za proizvode koje oni reklamiraju, pa čak i ukoliko dotični proizvodi izvorno nikakve veze sa fudbalom nemaju, recimo automobili. Međutim, reklamiranje proizvoda koji nisu u vezi sa fudbalom, dodeljeno je isključivo privatnoj sferi fudbalera. Pita se zatim ovaj autor, čini nam se sa pravom, da li bi fudbaler mogao bez prethodne pismene saglasnosti kluba da reklamira automobil jednog proizvođača, ukoliko klub ima zaključen ekskluzivni sponzorski ugovor sa drugim proizvođačem automobila? Dakle, razgraničenje isključivo privatne sfere ni u kom slučaju nije tako precizno i transparentno, kako to na prvi pogled se čini. Shodno tome, nalazi ovaj autor, da je stav Pokrajinskog suda u Frankfurtu, da licenciranje delova ličnosti koji se mogu komercijalizovati ne zahvata u jezgro osnovnih prava fudbalera, jer je vezano samo za aktivnosti kao licenciranog fudbalera, barem u



ovoj opštosti izložen sumnji. Kako piše ovaj autor dalje, ova previše paušalna ocena na standardu osnovnih prava, ne može neophodnu proveru neprimerenosti spornih klauzula sa stanovišta člana 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika da zameni (Heermann, 2009: 168).

Fabian Benjamin Vener smatra da formulacija posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom, poseduje tako veliki manevarski prostor za tumačenje, da se čini gotovo nemogućim naći definiciju. Pita se ovaj autor, da li se posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom odnose samo na aktivnosti i proizvode koji su u neposrednoj vezi sa fudbalski sportom? Da li se radi o posebnim obeležjima ličnosti u vezi sa fudbalom, ili pak ne, ako fudbaler u javnosti preuzima aktivnosti koje načelno nemaju nikakve veze sa fudbalskim sportom, ali upravo zbog njegove aktivnosti kao fudbalera tamo nastupa? Posmatraju li se celokupne okolnosti, može se konstatovati da precizno razdvajanje nije moguće, i da preostaje, u pogledu rezultata, otvorena odluka u svakom pojedinačnom slučaju. Ipak, pokušava se razgraničenje, tako što se posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom, vezuju za aktivnosti kao licenciranog fudbalera. Međutim, smatra ovaj autor, da ni ova formulacija pojmovnu uskost ne poseduje. Jeste da na osnovu klauzula ugovora postaje jasno šta definitivno ne spada pod njegovu aktivnost kao licenciranog fudbalera, a to su spisateljske aktivnosti i reklama za proizvode koji nisu u vezi sa fudbalom. Ipak, nabranje je dato samo primera radi i nije konačno. Isto važi i za nabranje iskorišćavanja prava ličnosti fudbalera koja su u vezi sa njegovom aktivnošću kao licenciranog fudbalera. Ostaje, prema ovom autoru, da se razjasni, gde aktivnost kao licenciranog fudbalera počinje, a gde takva aktivnost prestaje? Kad počinje privatna sfera? Autor predlaže mesno razgraničenje. Radi se o aktivnosti kao licenciranog fudbalera, kada se fudbaler nalazi na događajima kluba. Ipak, jedno objektivno sadržinsko razgraničenje aktivnosti nije moguće. Jer čak i ukoliko nastup za jednog sponzora u bilo kojoj formi nikakve veze sa fudbalskim sportom nema, teško da će se jedno upućivanje na fudbal moći osporiti. Na kraju, pomalo iznenađujuće, zaključuje ovaj autor, da se o jednoj dovoljnoj transparentnosti ovih klauzula može govoriti i da shodno tome nisu

protivne članu 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika (Wehner, 2010/2011: 21-22).

Štefan Klajnau polazi od toga, da jedna klauzula krši nalog određenosti, ako ona sadrži nejasnoće i manevarski prostor koji su se mogli izbeći. Formulacija posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom, čini se njemu veoma problematična sa stanovišta naloga transparentnosti i naloga određenosti. Formulacija je, kako kaže, prilično neprecizna i ostavlja mesta velikom manevarskom prostoru za tumačenje. Ipak, smatra ovaj autor, pre nego li klauzulu proglasimo netransparentnom, trebalo bi se najpre barem pokušati, njeno značenje preciznije da se definiše.

Upitno je, kada obeležja ličnosti su vezana za fudbal, a kada to nije tako. Pođe li se od sadržaja reči, uvek mora jedna veza ka fudbalskom sportu postojati. Pita se dalje ovaj autor, postoji li ova veza samo ako se o sportskim artiklima radi koji su u neposrednoj vezi sa fudbalskim sportom, npr. kopačke? Smatra on, da i u slučaju kompijuterskih igrica, koje fudbalsku utakmicu simuliraju i aludiraju na prave fudbalske klubove i fudbalere, veza sa fudbalom može da se vidi. Postoji li veza sa fudbalom, ako fudbaler jedan proizvod reklamira koji ne pripada svetu fudbala, ali pri tome isključivo njegovu poznatost zbog sopstvene fudbalske aktivnosti iskorišćava? Zaključuje ovaj autor, da se čini da je povlačenje granica gotovo nemoguće, tako da precizna definicija niti postoji, niti se može dati.

Nastavlja on dalje, da ako se posmatra formulacija posebna obeležja ličnosti u vezi sa fudbalom, brzo se dolazi do zaključka da ona nije dovoljno jasna, a samim tim nije ni transparentna. Međutim, mora se prema njemu ovde teleološki postupiti i moraju se uzeti u obzir celokupne okolnosti. U interesu je kluba ispunjenje njihovih sponzorskih ugovora, kao i realizacija učinkovitog rada u javnosti. U interesu je to isto i fudbalera, jer on na kraju krajeva kroz to dobija platu, a takođe i njegov fudbalski uspeh samo u okviru njegovog zaposlenja u klubu može se postići. Zato, mora klubu biti moguće da sastavi funkcionalnu ekipu sa izgledima za sportski uspeh, a to se može uspešno realizovati samo kroz jednu sveobuhvatnu marketinšku aktivnost kluba uz pomoć svih

zaposlenih sportista. Sad, izbor reči sporne klauzule jeste neodređen, međutim su i marketinške mogućnosti isto tako nepregledne i neodredive, jer se iznova i iznova pojavljuju nove mogućnosti ekonomske eksploatacije ličnih prava fudbalera. Pokušava se konkretizacija klauzule kroz ograničenje na aktivnosti kao licenciranog fudbalera, međutim je i sama ova formulacija isto tako prilično neodređena. Ali, misli ovaj autor, s obzirom na značaj koji reklama i marketing ima za fudbalere i njihovu sopstvenu sportsku aktivnost kao glavnu obavezu iz njihovog radnog odnosa, čini se prihvatljivim, da na ovom mestu preciznije oblikovanje klauzule teško da je moguće, tako da ova klauzula ne bi trebalo pasti na testu transparentnosti.

Takođe i u pogledu formulacija aktivnost kao licencirani fudbaler i isključiva privatna sfera javljaju se sumnje i teškoće u pogledu razgraničenja. Privatno područje fudbalera izuzeto je od licence i ne mora se staviti na raspolaganje klubu za komercijalno iskorišćavanje. Ipak se postavlja pitanje, dokle ide privatno područje, a odakle radni odnos kao licenciranog fudbalera počinje? Pokušava se doduše u spornim klauzulama razgraničenje ova dva životna područja, međutim nedovoljno jasno, a naročito zato što razgraničenje samo karakter primera ima. Privatnoj sferi se spisateljske aktivnosti i reklama proizvoda koji nisu u vezi sa fudbalom dodeljuje, dok u aktivnosti kao licenciranog fudbalera spada iskorišćavanje kroz televiziju, internet, mobilne usluge, kompijuterske igrice, albume sa sličicama... Dobro primećuje ovaj autor da npr. iskorišćavanje televizijskih slika sa svadbe fudbalera, ili krštenja njegovog deteta, teško da spadaju u njegovu aktivnost kao licenciranog fudbalera. U svakom slučaju, kaže ovaj autor dalje, privatno područje je izuzeto i intimno područje apsolutno zaštićeno, pri čemu je kriterijum razgraničenja, da li objektivno jedna veza ka radu može da se prepozna. Tako je jasno, da nastupi za klub, ili u vezi sa sopstvenim igračkim aktivnostima, npr. intervju nakon utakmice, oficijelni nastupi sa ekipom, konferencije za štampu povodom utakmice... jasno u područje aktivnosti jednog licenciranog fudbalera spadaju. Međutim, i područje mogućnosti komercijalnog iskorišćavanja prava ličnosti fudbalera teško da je definitivno određivo. To u okviru jednog ugovora teško da može

pregledno da se reguliše, tako da bi u principu na ovom mestu sa formulacijama trebalo se zadovoljiti. Ipak, zaključuje ovaj autor, mogla bi se aktivnost kao licenciranog fudbalera u tom smislu konkretizovati, da jedna veza ka radu objektivno mora biti prepoznatljiva, kako bi se razlikovanje barem olakšalo (Kleinau, 2008: 13-16).

### **Kompatibilnost klauzula o mogućnosti samostalnog ekonomskog eksploatiranja prava ličnosti fudbalera Bundes lige sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika**

Ukoliko fudbaler želi sam ekonomski da iskorišćava prava ličnosti koja je ekskluzivno odobrio klubu, uvek mu je potrebno prethodno pismeno odobrenje kluba, a koje ovaj može uskratiti, ukoliko se tome suprotstavlja jedan posebno opravdan interes kluba. Isto tako, jednom dato odobrenje, u svakom se trenutku može opozvati (Avakumović, 2020). Načelno, fudbaler može bez dozvole kluba ekonomski eksploatirati svoja prava ličnosti, ako se to tiče njegove isključive privatne sfere. Ipak, usled teškoća u razgraničenju, praktično proizilazi da će fudbaler uvek morati da zatraži dozvolu kluba za samostalno ekonomsko eksploatiranje svojih prava ličnosti. Tako da se ovde zapravo radi o apsolutnoj zabrani sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja.

Prema Kristini Gelinski, apsolutne zabrane sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja su dopuštene samo ako je prepoznatljivo da dodela odobrenja nije prepuštena samovolji poslodavca. Shodno tome, mora biti jasno, koje standarde postavlja poslodavac da bi o dodeli odobrenja odlučio. Puko upućivanje na posebno opravdan interes nije dovoljno. Mogao je poslodavac recimo uputiti na konkurentne situacije sa njegovim ugovornim partnerima koje treba izbeći, ili na zaštitu svog ugleda... tako da ovde jedan manevarski prostor postoji, koji se mogao izbeći, a koji pak do netransparentnosti i nevažnosti klauzule vodi. Upravo iz istih razloga, isto važi i za mogućnost naknadnog opoziva jednom datog odobrenja.

Inače, smatra ova autorka da bi klauzula mogla i sadržinski neprikladna biti. Obavljanje sporednih delatnosti je dozvoljeno, jer

to proizilazi iz Ustavom garantovane slobode profesije i slobode ličnog razvoja<sup>18</sup>, tako da su apsolutne zabrane sporednih delatnosti nedopuštene. Pitanje je da li bi nešto drugo trebalo da važi za apsolutne zabrane sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja. Klub, kao i svaki poslodavac, naravno da će imati jedan interes dostojan zaštite, da bude informisan o sporednim delatnostima svog zaposlenog, jer sporedne delatnosti mogle bi štetno uticati na glavni radni odnos. Zbog specifičnosti sportskog radnog odnosa, u smislu podložnosti ometanju i interesovanja medija za sportiste i klubove, poslodavac u sportu će utoliko više u tom pogledu veći interes imati. Međutim, ne bi se to trebalo tako značajnim gledati, da to rezervu odobrenja opravdava. Klub bi mogao kao blaže sredstvo jednu obavezu prijave sporednih delatnosti utvrditi i time bi bio dovoljno zaštićen, jer i sa rezervom odobrenja i sa obavezom prijave, poslodavac, kako običan, tako i sportski, ima nameru da proveri da li planirane sporedne delatnosti mogu uticati štetno na radni odnos kod njega. Ako je rezerva odobrenja ugovorena, tada se ne sme preduzimati nikakva sporedna delatnost dok je poslodavac ne odobri. U slučaju obaveze prijave, započinjanje sporedne delatnosti je načelno dozvoljeno i samo izuzetno treba da se propusti, ako poslodavac jedan zaštite vredan interes za to ima. Poslodavac stiže prema tome takođe kao rezultat jedne puke obaveze prijave, koja ionako već proizilazi iz člana 241 stav 2 Nemačkog građanskog zakonika ako zaštite vredni interesi poslodavca ugroženi su (Obligacioni odnos može prema njegovoj sadržini svaku stranu obavezati na uzimanje u obzir prava, pravnih dobara i interesa druge strane)<sup>19</sup>, znanje o planiranoj sporednoj delatnosti. Ima li on opravdan interes na njeno propuštanje, proizilazi za zaposlenog već iz člana 241 stav 2 Nemačkog građanskog zakonika obaveza da ne preduzima delatnost, tako da jedna rezerva odobrenja sa mogućnošću uskraćivanja nije potrebna i jedno oštećenje interesa zaposlenog predstavlja. Zato, jedna rezerva odobrenja je samo tada sa Ustavom garantovanom

---

<sup>18</sup> Videti, čl. 12 i čl. 2 Ustava Nemačke. Dostupno na: <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html>.

<sup>19</sup> Videti, čl. 241, st.2, Nemačkog građanskog zakonika, dostupno na: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>.

slobodom profesije kompatibilna, ako poslodavcu nikakvo blaže sredstvo ne stoji na raspolaganju, da bi poštovanje jedne dopuštene zabrane sporednih delatnosti kontrolisao, a za to je dovoljno da se zaposleni prema poslodavcu obaveže na prijavu svake sporedne delatnosti. Apsolutne zabrane sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja su zato nedopuštene (Gelinski, 2016: 184-189).

Pita se Peter Herman, koji su to opravdani interesi kluba zbog kojih on saglasnost može uskratiti? Kako bi fudbaler mogao da proceni da li će klub uskratiti saglasnost, ako on u samom startu ne zna, u koje svrhe klub kao njegov poslodavac, ligaški savez, ili u slučaju reprezentativaca moguće Fudbalski savez nemačke preneti prava žele da iskorišćavaju? Zaključuje ovaj autor, da na taj način zapravo fudbaleri od samog starta na klub prenose više ovlašćenja za ekonomsko iskorišćavanje njihovih prava ličnosti, nego što je to klubu za marketinške aktivnosti realno potrebno. Za ovu regulativnu tehniku koja vodi do „držanja na lageru“ ovlašćenja za ekonomsko iskorišćavanje prava ličnosti fudbalera, govore sigurno objektivni razlozi, kao što je recimo neophodna fleksibilnost u pogledu novonastalih mogućnosti grupnog marketinga. U tom pogledu Pokrajinski sud u Frankfurtu navodi da bi bez grupnog marketinga prava, veliki deo marketinških mogućnosti, kao npr. televizijski prenosi... teško mogao da se realizuje. Shodno tome, grupni marketing nije isključivo u interesu kluba i tužioca, već takođe i fudbalera, koji zbog toga kroz ove klauzule se ne oštećuju neprimereno.<sup>20</sup> Pita se isti autor, jesu li ove klauzule, s obzirom na neraskidivu vezanost prava ličnosti na njihovog imaooca, kao i nepreciznog razgraničenja ovlašćenja za ekonomsko iskorišćavanje prava ličnosti fudbalera koje su od samog starta na klub prenete, takođe proporcionalne? Zato, smatra ovaj autor, sa mišljenjem suda se treba složiti, samo ako savezi njihov interes u pogledu grupnog marketinga ne bi mogli realizovati na drugi način koji manje intenzivno uskraćuje prava ličnosti fudbalera (Heermann, 2009: 168-169).

---

<sup>20</sup> Videti, LG Frankfurt/Main, 12.12.2008 – 2 – 06 O 249/06, dostupno na: <https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=LG%20Frankfurt/Main&Datum=12.12.2008&Aktenzeichen=6%200%20249/06>.

Fabian Benjamin Vener ukazuje na to da su apsolutne zabrane sporednih delatnosti nedopuštene, jer krše Ustavom garantovane slobode profesije i slobode ličnog razvoja. Što se tiče apsolutne zabrane sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja, ukazali smo već na mišljenje koje ide u pogledu njihove nedopuštenosti, na šta takođe ovaj autor upućuje. Međutim, isti autor ukazuje i na jednu presudu Saveznog radnog suda, koji takve klauzule nije smatrao nedopuštenim, već ih je tumačio tako da one budu kompatibilne sa Ustavom garantovanom slobodom profesije i slobodom ličnog razvoja. Prema tumačenju suda, zaposlenom uvek pripada pravo na dodelu saglasnosti, ako ne može da se očekuje oštećenje interesa poslodavca.<sup>21</sup> Ovaj autor navodi da Ustavom garantovane slobode profesije i slobode ličnog razvoja omogućavaju fudbaleru obavljanje više delatnosti istovremeno. Shodno tome, ne može se pravo fudbalera na dodatne mogućnosti zarade jednostavno kroz veću platu „otkupiti“. Isključivo kroz rezervu odobrenja ne rezultira još nikakvo poboljšanje pozicije fudbalera prema jednoj apsolutnoj zabrani sporednih delatnosti. Otežava se pozicija fudbalera još znatno kroz to, da jednom data saglasnost u svakom trenutku se može opozvati. Pri čemu, iz klauzule ne proizilazi da li se određeni uslovi vezuju za opoziv. Zato, smatra ovaj autor da klauzule sa apsolutnom zabranom sporednih delatnosti sa rezervom odobrenja fudbalere neprimereno oštećuju i nevažeće su. One nisu kompatibilne sa Ustavom garantovanom slobodom profesije i slobodom ličnog razvoja, jer obavezu lojalnosti poslodavcu uspostavljaju na teret prava na slobodan razvoj ličnosti (Wehner, 2010/2011: 23-26).

Štefan Klajnu navodi da bi ove klauzule mogle biti nevažeće već zbog postojanja rezerve odobrenja, koja interveniše u Ustavom garantovane slobode profesije i slobode ličnog razvoja fudbalera. Međutim, kako se ove slobode ne ukidaju u potpunosti, već samo ograničavaju, smatra ovaj autor, da bi se rezerva odobrenja mogla opravdati, i to kako u interesu kluba, tako i u interesu fudbalera. Interes kluba vidi se u ispunjenju njegovih sponzorskih ugovora,

---

<sup>21</sup> Videti, BAG Urteil vom 11.12.2001 – 9 AZR 343/00, dostupno na: <https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=BAG&Datum=26.06.2001&Aktenzeichen=9%20AZR%20343/00>.

kako bi na taj način ekipu održali konkurentnom. Takođe je to i u interesu fudbalera, jer gradi pretpostavku za njegov sportski uspeh. Zato se moraju jasne granice za sopstvene marketinške aktivnosti fudbalera postaviti, kako ne bi došlo do kolizije sa interesima kluba. Zato je pravično, da se fudbaler, klubu, kao poslodavcu podredi. To takođe nalaže i obaveza lojalnosti prema poslodavcu. Zato, smatra ovaj autor, neophodna saglasnost se može opravdati, kako bi na taj način interesi svih bili dovoljno zaštićeni.

Za ovog autora, pak formulacija opravdani interes je sporna, jer čini se vrlo neodređenom. Teško će biti da se utvrdi, kada jedan opravdan interes kluba protiv samostalnih marketinških aktivnosti fudbalera govori. Ako bi se klub pitao, uvek bi se mogao naći opravdan interes za zabranu. To se međutim ne može prihvatiti. Da li postoji opravdan interes ne sme zavisiti od subjektivne procene poslodavca, već on mora objektivno opravdan biti. Zato, autor smatra ovu klauzulu nepotpunom, jer za fudbalera nije prepoznatljivo, pod kojim uslovima on saglasnost može dobiti. Zato je ova klauzula suviše neodređena i krši nalog transparentnosti. Ipak, jedno preciznije oblikovanje je moguće. Smatra ovaj autor, da jedan opravdan interes kluba postoji, čim je radni odnos neposredno pogođen. Zato, klauzulu bi trebalo dopuniti na sledeći način: .... u slučaju da se tome jedan posebno opravdan interes kluba ne suprotstavlja. Opravdan je interes, ako radni odnos između kluba i igrača neposredno je pogođen i kroz samostalne marketinške aktivnosti igrača na taj način se oštećuje, da to ometa ispunjenje njegovih radnih obaveza prema poslodavcu. Tako bi se nalogu transparentnosti udovoljilo. Doduše, opet ostaje jedan diskrecioni prostor za odlučivanje klubu, jer jedno detaljno rešenje nije moguće, jer kroz kazuistiku koja bi na taj način nastala brzo bi se i praznine u regulativnom sistemu pojavile. Zaključuje ovaj autor, da je definitivno da fudbaler ima mogućnost samostalnog ekonomskog eksploatisanja svojih prava ličnosti i pozivajući se na prethodno navedenu presudu Saveznog radnog suda, navodi da bi to tako i sud tretirao u slučaju spora, jer fudbaler ima pravo na dodelu odobrenja, ako oštećenje interesa poslodavca ne može da se očekuje (Kleinau, 2008: 16-18).



## Zaključak

Na osnovu iznetog, vidimo da u pogledu klauzula koje se direktno tiču ustupanja prava ličnosti fudbalera Bundes lige na ekonomsko eksploataisanje klubovima Bundes lige, većinski je stav nemačkih autora o usklađenosti ovih klauzula sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika. Mi lično, u dovoljnu transparentnost ovih klauzula nismo ubeđeni, mada to može biti i rezultat jezičke barijere i nerazumevanja duha jezika. Što se pak klauzula kojima se uređuje mogućnost samostalnog eksploataisanja prava ličnosti fudbalera tiče, složni su nemački autori u tome, da ove klauzule nisu u skladu sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika. Tome nemamo šta dodati. Ubeđeni smo u ispravnost stava.

Inače, upitna presuda je bazirana na klauzulama ugovora o radu koji je uveden za sezonu 2008/2009 i važio je do sezone 2016/2017, kada je Nemačka fudbalska liga sastavila nov ugovor o radu. Nažalost, primerak tog ugovora autoru nije dostupan, tako da nismo u mogućnosti da izvršimo poređenje. Ipak, pozvaćemo se na intervju koji je Frank Ribak, pravni savetnik nemačkog Udruženja profesionalnih fudbalera, dao za časopis *Wir Profis*. Na pitanje kakve izmene postoje u oblasti marketinga i ličnih prava, navodi on da su pitanja marketinga i ličnih prava obimnije i detaljnije regulisana. Obaveza fudbalera da klubu omogući ekonomsko eksploataisanje njegovih prava ličnosti podiže se do ranga jedne od glavnih ugovornih obaveza. Pritom, klauzule bi trebalo da jasno razgraniče područje koje je predmet marketinga kluba i Nemačke fudbalske lige, od područja u kome samostalne marketinške aktivnosti fudbalera ostaju moguće. U principu je priznato da je fudbaler ovlašćen da sam komercijalizuje njegova prava ličnosti, ukoliko samostalne marketinške aktivnosti slede bez prepoznatljive veze sa klubom i ukoliko opravdani interesi kluba nisu pogođeni. Ipak, završava on, razgraničenje u pojedinačnom slučaju može samorazumljivo vrlo problematično biti.<sup>22</sup> Na osnovu rečenog, skeptični smo u usklađenost klauzula o ekonomskom

---

<sup>22</sup> Dostupno na: [dr-rybak.com/tag/df/](http://dr-rybak.com/tag/df/).

eksploataciju prava ličnosti fudbalera iz ugovora o radu za sezonu 2016/2017 sa članom 307 stav 1 Nemačkog građanskog zakonika.

### Literatura

1. Wehner, F. (2010/2011). Zum Konflikt zwischen Individual- und Teamsponsoringverträgen am Beispiel des Musterarbeitsvertrages der DFL. *Seminar zum Sportrecht bei Prof. Dr. Peter W. Heermann, Wintersemester.*
2. Gelinski, C. (2016). *Das ausserbetriebliche Verhalten von Sportlern im Mannschaftssport, Eine Untersuchung am Beispiel Musterarbeitsverträge im lizenzierten Basketball-, Eihockey-, Fussball- und Handballsport.* Munster.
3. Avakumović, J. (2020). Menadžment intelektualnog kapitala u sportskim organizacijama, *Menadžment u sportu*, Vol. 11, No. 1, str. 12-17
4. Ječmenić, M. (2018). Sukob interesa između sportista i sportskih organizacija u vezi sa pravom na komercijalnu upotrebu imidža sportista. *Harmonius. Journal of Legal and Social Studies in South East Europe*, (1).
5. Kleinau, S. (2008). Verwertung von Persönlichkeitsrechten der Bundesligafussballspieler durch die Bundesligacclubs sowie die Deutsche Fussball Liga GmbH. *Seminar zum Sportrecht bei Prof. Dr. Peter W. Heermann, Sommersemester.*
6. Rybak, F. (1999). *Das Rechtsverhältnis zwischen dem Lizenzfussballspieler und seinem Verein.* Frankfurt am Main.
7. Heermann, P. (2009). Wem stehen die Verwertungsbefugnisse an Persönlichkeitsrechten von Lizenzfussballspielern zu? Anmerkungen zum Urteil des Landgerichts Frankfurt a. M. vom 12. Dezember 2008. *Causa sport*, (2).

# CONTENT CONTROL AND TRANSPARENCY CONTROL OF CONTRACTUAL CLAUSES ON THE ECONOMIC EXPLOITATION OF THE PERSONALITY RIGHTS OF BUNDES LEAGUE FOOTBALL PLAYERS

## Summary

*The Provincial Court in Frankfurt, in one judgment, stated that the clauses of the contract concluded between the football clubs of the Bundesliga and the players of the Bundesliga, concerning the transfer of the right of the footballer to the economic exploitation of clubs, as well as the possibility of independent economic exploitation of the footballer, are not contrary to Article 307 § 1 of the German Civil Code. This started a wide discussion and controversy among German authors. By the way, the issue is not closely related to German professional football. On the contrary, it is a global phenomenon in sports. Such and similar clauses are common all over the world. In the paper, the author first briefly presents the judgment of the Provincial Court in Frankfurt, then sketches the disputed clauses and finally presents the opinions of several German authors on the compliance of the disputed clauses with Article 307 paragraph 1 of the German Civil Code.*

**Keywords:** *personality rights, economic exploitation, non-transparent clauses, inappropriate damage.*

Datum prijema / Date of arrival: 18.03.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 06.05.2022.



## UPUTSTVO AUTORIMA ZA PRIPREMU RUKOPISA

Dostavljeni naučni radovi, nakon uredničke procene, ulaze u proces recenziranja kompetentnih stručnjaka. Recenzentima nije poznat identitet autora, niti autori dobijaju podatke o recenzentima. Na osnovu recenzija redakcija donosi odluku o objavljivanju, korekciji ili odbijanju rada.

Časopis *Akcionarstvo* publikuje samo ranije neobjavljene naučne i stručne radove iz oblasti menadžmenta. Ukoliko članak predstavlja ranije dopunjen ili izmenjen rad, autori su dužni da dostave kopiju prvog rada.

Izuzetno se štampaju kritička izdanja istorijske, arhivske, leksikografske, bibliografske građe i sl. kao i nenaučna građa koja može biti od koristi istraživačima.

Časopis *Akcionarstvo* izlazi dva puta godišnje, rukopisi se dostavljaju elektronskom poštom tokom cele godine na adresu uredništva [cefibeograd@gmail.com](mailto:cefibeograd@gmail.com).

### **Osnovne informacije o pismu i obimu rada**

**Pismo rukopisa je** na srpskom jeziku. Radovi mogu biti objavljeni na engleskom, ili nekom drugom stranom jeziku.

**Dužina i font rukopisa** članaka je do 30 000 slovnih mesta (sa belinama), ne računajući fus-note. Font je Cambria 12. Fusnote se unose veličinom slova Cambria 10 i ne služe za citiranje. Veličina

stranice je C5 sa marginama 2 cm sa svih strana. Prored teksta je 1,2 . Naglašavanja u tekstu prenose se kurzivom.

## **Struktura članka**

**Podaci o autoru ili autorki** stavljaju se na početku rada, pišu se fontom koji se koristi za glavni tekst rada, Cambria 12. Obuhvataju ime i prezime autora.

Nakon prezimena, u fus-noti se navodi afilijacija autora i podrazumeva ustanovu u kojoj je autor zaposlen kao i elektronska adresa autora. Ukoliko je rad nastao u okviru određenog projekta, potrebno je u fusnoti, navesti podatke o broju projekta, njegovom rukovodiocu i instituciji koja finansira projekat.

**Naslov rada** treba da što preciznije upućuje na sadržaj članka i da olakšava indeksiranje i pretraživanje teme. Naslov se piše centrirano, velikim slovima, bold.

**Apstrakt (rezime)** mora da sadrži uvodna razmatranja o istraživanju, ranija zapažanja o problemu, primenjene metode, jasne i koncizne rezultate i mišljenje o uticajima i implikacijama otkrića. U apstraktu se nalaze samo najvažniji detalji koji su potrebni za razumevanje značaja članka. Obim apstrakta je od 150 do 200 reči, piše se na jeziku rada, srpskom i engleskom jeziku kurzivom. Redakcija obezbeđuje prevođenje apstrakata stranih autora na srpski jezik.

**Ključne reči** ne treba da sadrže reči iz naslova rada već suštinske reči koje su izvučene iz sadržaja rada. Treba napisati do 10 ključnih reči. One se na početku rada navode uz apstrakt.

**Na kraju članka** dolazi Literatura (prilikom navođenja koristi se *APA (American Psychological Association)* stil.

**Na kraju teksta**, u donjem desnom uglu, redakcija hronološkim redom navodi datume prijema, odobrenja i eventualnih ispravki rada.

Rad može da sadrži **podnaslove**. Oni su uvučeni u pasus i nisu pisani velikim slovima, već podebljani.

Tekstovi članaka imaju **pasuse**. Paragrafi ne mogu biti sastavljeni od jedne rečenice.

**Numeraciju** stranica, paragrafa ili podnaslova nije potrebno vršiti.

**Dodatni popratni materijali** (fotografije, dokumenta, transkripti, tabele, grafikoni, crteži, sheme) poželjni su prilozi i objavljuju se uz prethodno dostavljene dozvole nadležnih institucija. Na primer: slika br. 1 i naziv, u fusnoti se navodi izvor slike, tabela br. 3 i naziv, ispod tabele se navodi izvor.

### **Način citiranja**

Prilikom navođenja koristi se *APA (American Psychological Association)* stil.

**Citiranje** se vrši unutar teksta sadrži prezime autora, godinu objavljivanja rada, broj stranice sa koje je citat preuzet.

### **Lista referenci**

Posebno se navode izvori i literatura.

### **Knjige i monografije:**

- jednog autora

Culler, J. (2007). *The Literary in Theory*. Stanford: Stanford University Press.

- više autora

Ward, Geoffrey C., and Ken Burns. (2007). *The War: An Intimate History, 1941-1945*. New York: Knopf.

- knjiga objavljena u elektronskoj formi

Eckes, T. (2000). *The developmental social psychology of gender*. Dostupno preko: <http://www.netlibrary.com>

### **Članak u časopisu ili dnevnim novinama**

Referenca treba da sadrži prezime i ime autora, godinu izdanja, naslov članka, naziv časopisa (kurzivom), volumen, broj stranice.

Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599.

Stolić, A. (2001). Društveni identitet učiteljice u Srbiji 19. veka. *Godišnjak za društvenu istoriju*, Beograd, 3: 205-232.

Vulićević, M. (2011). O vampirima s empatijom. *Politika*. 26. oktobar. str. 14.

### **Zbornici radova sa naučnih skupova ili konferencija**

Singh, K., & Best, G. (2004). Film induced tourism: motivations of visitors to the Hobbiton movie set as featured in *The Lord of the Rings*. In *Proceedings of the 1st International Tourism and Media*



*Conference, Melbourne* (98-111). Melbourne: Tourism Research Unit. Monash University.

**Neobjavljene doktorske disertacije, magistarske teze ili master radovi**

Bokan, J. (2004). *Diskurs lika u srpskom realističkom pravu* (Neobjavljena doktorska disertacija). Univerzitet u Beogradu: Pravni fakultet.

**Dokument sa interneta:**

[http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo\\_books\\_wood](http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo_books_wood)

## INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

Manuscripts submitted scientific papers, after the editorial assessment, included in the review process of competent experts. Reviewers did not know the identity of the author or authors receive information about reviewers.

On the basis of reviews, editorial staff makes decision on publishing, correction or rejection of the paper. AKCIONARSTVO Journal publishes only previously unpublished scientific and professional papers in the field of management. If the article is an earlier amended or modified work, authors are required to submit a copy of the first operation. AKCIONARSTVO Journal is published annually, manuscripts should be submitted via e-mail throughout the year to address editorial [cefibeograd@gmail.com](mailto:cefibeograd@gmail.com).

Basic information about the letter and scope of work Letter handwriting is on Serbian language. Papers may be published in English or another foreign language. Length font handwriting articles is up to 30 000 characters (with whitespace), not counting the footnotes-note. The font is Cambria 12. Footnotes are entered Cambria font size 10 and not used for citation. The page size is 5 with 2 cm margins on all sides. Line spacing of the text is 1.2. The structure of the article information about the author or authors are placed at the beginning of the work, according to the font used for the main text, Cambria 12. Include the name and surname. After last names in footnotes-note states affiliations of authors and includes an institution where the author is employed as the electronic address of the author. If the work was created in the context of a specific project, it is in a footnote, the information on the number of projects, its managers and institutions financing the

project. The title should as accurately indicates the content of the article and to facilitate indexing and search topics. The title is written centered, in capital letters, bold. Abstract (summary) must include introductory sections on research, earlier observations about the problem, applied methods, clear and concise results and thinking about the impacts and implications of the discovery. The abstract are only the most important details that are necessary to understand the nature of the article. The volume of abstracts of 150 to 200 words, written in the language of work, Serbian and English. The editorial board provides translations of abstracts of foreign authors in the Serbian language. Keywords should not contain words from the title, but essential words which are drawn from the content of the work. You need to write up to 10 keywords. One is at the beginning of the allegations with the abstract. At the end of the article comes Literature (in describing the benefits of the APA (American Psychological Association) style. At the end of the text in the lower right corner, editorial chronological order stating the dates of receipt, approval and possible corrections work. Work may include subheadings. They centered and not written in capital letters, but bold. Texts of articles are paragraphs. paragraphs can be composed of one sentence. numbering of pages, paragraphs or sub-headings need to execute. Additional supporting materials (photos, documents, transcripts, tables, graphs, drawings, diagrams) Contributions are preferred and are published with the prior permission of the competent institutions delivered. For example, Fig. 1 and title, in brackets states the source images, tables Nos. 3 and grade below the table are the source said.

The following citation when quoting used APA (American Psychological Association) style. Citing takes place within the text

contains the author's name, year of publication. Special list of references cited sources and literature.

Books and monographs: - an author Culler, J. (2007). *The Literary Theory in*. Stanford: Stanford University Press. - more by Ward, C., K. Burns (2007). *The War: An West History, 1941-1945*. New York: Knopf. - books published in electronic form Eckes, T. (2000). *The developmental social psychology of gender*. Available through: <http://www.netlibrary.com>

Article in a magazine or daily newspaper reference should include the name and surname of the author, year of publication, article title, journal name (in italics), volume, number of pages. Haraway, D. (2011). *Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective*. *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599.

Proceedings from scientific meetings or conferences Singh, K., & Best, G. (2004). *The film induced tourism: motivations of visitors to the Hobbiton movie set as featured in The Lord of the Rings*. In *Proceedings of the 1st International Tourism and Media Conference, Melbourne (98- 111)*. Melbourne Tourism Research Unit. Monash University.

The document from the Internet: [http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo\\_books\\_wood](http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo_books_wood) In *Proceedings of the 1st International Tourism and Media Conference, Melbourne (98- 111)*. Melbourne Tourism Research Unit. Monash University.

The document from the Internet:  
[http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo\\_books\\_wood](http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo_books_wood) In Proceedings of the 1st International Tourism and Media Conference, Melbourne (98- 111). Melbourne Tourism Research Unit. Monash University.

The document from the Internet:  
[http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo\\_books\\_wood](http://www.newyorker.com/arts/critics/books/2014/05/19/140519crbo_books_wood)

## SPISAK RECENZENATA

1. prof. dr Mirjana Zoric, full professor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia
2. prof. dr Bogdan Ilic, full professor, Faculty of economy, Belgrade, R. Serbia
3. prof. dr Snežana Krstić, associate professor, Military academy, Belgrade, R. Serbia
4. doc. dr Ljubisa Todorović, assistant professor, Slobomir P. University, Bosnia and Herzegovina
5. prof. dr Zoran Babić, associate professor, University of business studies, Bosnia and Herzegovina
6. prof. dr Rosa Andzic, full professor, Insitute of applied science, Belgrade, R. Serbia
7. prof. dr Svetlana Ignjatijević, full professor, University Privredna akademija, Novi Sad, R. Serbia
8. prof. dr Dusko Jovanovic, associate profesor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia
9. prof. dr Ilija Galjak, Insitute of applied science, Belgrade, R. Serbia
10. prof. dr Dragomir Djordjevic, full professor, University Privredna akademija, Novi Sad, R. Serbia
11. prof. dr Ljubisa Stanojevic, full professor, Alfa BK university, Belgrade, R. Serbia
12. prof. dr Slavko Vuksa, full professor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia
13. doc. dr Nikola Milenković, assistant professor, Insitute of applied science, Belgrade, R. Serbia
14. prof. dr Nebojša Dragović, associate professor, Military academy, Belgrade, R. Serbia
15. prof. dr Slobodan Andžić, associate research, Belgrade Business and Arts Academy of Applied Studies, Belgrade, R. Serbia
16. doc. dr Mihailo Ćurčić, assistant professor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia

17. doc. dr Dalibor Krstić, assistant professor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia
18. prof. dr Vlado Đurković, full professor, Military academy, Kragujevac, R. Serbia
19. prof. dr Drago Cvijanović, full professor, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, University in Kragujevac, R. Serbia
20. prof. dr Radoja Janjetović, associate professor, Faculty of management and economy, Kragujevac, R. Serbia
21. doc. dr Nemanja Pantić, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, University in Kragujevac, R. Serbia

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

005

**AKCIONARSTVO** / glavni i odgovorni urednik Milorad Zekić. -  
God. 1, br. 1 (1995)-god. 2, br. 7 (1996) ; vol. 21, no. 1 (2015)- . -  
Beograd : Centar za ekonomska i finansijska istraživanja, 1995-1996;  
2015- (Niš : Family print). - 23 cm

Godišnje.

ISSN 0354-6403 = Akcionarstvo

COBISS.SR-ID 105960199