Vol. 19 (1) 2022 • UDK 33 • ISSN 1820-3159

MEGATREND REVIJA
MEGATREND REVIEW

1 | 2022

MEGATREND UNIVERZITET
BEOGRAD, 2022.

Vol. 19, № 1, 2022.

MEGATREND REVIJA
MEGATREND REVIEW

1/2022

Megatrend univerzitet, Beograd
Megatrend University, Belgrade

MEGATREND REVIJA • MEGATREND REVIEW

№ 1/2022

Izdavački savet / Publishing Council:

Predsednik izdavačnog saveta / President of the Publishing Council:
Professor Mića JOVANOVIĆ, PhD

Članovi iz inostranstva / International Members:
Yossef BODANSKY – Director of Research, The International Strategic Studies Associations, USA; Director of Global panel America (Global panel foundation)
Professor Jean-Jacques CHANARON, PhD – Grenoble Ecole de Management, France
Academician Vlado KAMBOVSKI – Macedonian Academy of Sciences and Arts, Skopje, FYR Macedonia
Professor Žarko LAZAREVIĆ, PhD – Institute for Contemporary History, Ljubljana, Slovenia
Professor Norbert PAP, PhD – University of Pécs, Hungary
Professor Sung Jo PARK, PhD – Free University, Berlin, Germany

Članovi iz Srbije / Members from Serbia:
Professor Miljojko BAZIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade
Professor Dragan NIKODIJEVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade
Professor Milivoje PAVLOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade
Professor Vladimir PRVULOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade
Professor Milan STAMATOVIĆ, PhD – Metropolitan University, Belgrade
Professor Slobodan STAMENKOVIĆ, PhD – Megatrend University, Belgrade

Izdaje / Published by:
Megatrend univerzitet, Beograd / Megatrend University, Belgrade

Štampa / Printed by:
Tercija DOO, Bor

ISSN 1820-3159

UDK / UDC 33
Svi članci su recenzirani od strane dva recenzenta.
All papers have been reviewed by two reviewers.

Adresa redakcije / Editorial Address:
Megatrend revija / Megatrend Review
Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Novi Beograd, Srbija
Tel.: (381 11) 220 31 50
Fax: (381 11) 220 30 47

E-mail: megatrendrevija@megatrend.edu.rs
http://megatrendreview.megatrend.edu.rs

Redakcija / Editorial Board:

Glavni urednik / Editor-in-chief:
Professor Vesna BALTEZAREVIĆ, PhD

Pomoćnik glavnog urednika/ Assitant to the Editor in Chief:
Mirjana TOPIĆ

Članovi iz inostranstva / International Members:
Doc. dr Zijad BEĆIROVIĆ, IFIMES, Ljubljana, Slovenia
Professor Vladimir DAVIDOV, PhD – Institute for Latin America, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Dr. Christophe de JAEGER, Institute de Jaeger, France
Associate Researcher Yury V. KULINTSEV, PhD – North-East Asian Strategic Issues and SCO Center, Institute of Far Eastern Studies, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Professor Jana LENGHARDTOVÁ, PhD – The University of Economics, Bratislava, Slovakia
Professor Maria de MONSERRAT LLAIRÓ, PhD – Faculty of Economic Sciences, Buenos Aires University, Argentina
Research Professor Domenico MORRONE, PhD – LUM Jean Monnet University, Bari – Casamassima, Italy
Professor Kevin V. OZGERCIN, PhD – Department of Politics, Economics & Law, The State University of New York, USA
Research Fellow & Centre Coordinator Jagannath P. PANDA, PhD – East Asia Institute for Defence Studies and Analyses (IDSA), New Delhi, India

Članovi iz Srbije: **/ Members from Serbia**:

Professor Tatjana CVETKOVSKI, PhD – Faculty of Business Studies, Megatrend University, Belgrade
Professor Vladimir GRBIĆ, PhD – Faculty of International Economy, Megatrend University, Belgrade
Assistant Professor Ratko LJUBOJEVIĆ, PhD, The Faculty of Law, Megatrend University, Belgrade
Professor Emeritus Mijat DAMJANOVIĆ, PhD, Megatrend University, Belgrade
Professor Vladan PAVLOVIĆ, PhD – Faculty of Economics, Kosovska Mitrovica, University of Priština
Professor Beba RAKIĆ, PhD – Faculty of Business Studies, Megatrend University, Belgrade
Associate Professor Vladimir RISTANOVIĆ, PhD – Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Belgrade
Assistant Professor Olja MUNTILAK – IVANOVIĆ, PhD – Faculty of Sciences, The Department of Geography, Tourism and Hotel Management, University of Novi Sad, Novi Sad

"Megatrend review" is the leading scholary journal of national importance, according to the classification M51 clasiffied by CEON, and M51 classified by the Ministry of Science of the Republic of Serbia

* * *

"Megatrend Review" is registered in The International Bibliography of the Social Sciences (IBSS) produced by the London School of Economics and Political Science – Pro Quest Michigan USA.

* * *

"Megatrend Review" is registered and published in EBSCO's (EBSCO Publishing Inc.) Database "Business Source Complete": http://www.ebscohost.com/titleLists/bth-journals.xls

* * *

"Megatrend Review" is registered in GESIS "Knowledge Base SSEE", Leibniz Institute for the Social Science: http://www.cee-socialscience.net/journals/

The Library of Congress Catalog

Megatrend review: the international review of applied economics.

LC Control No.: 2007201331

Type of Material: Serial (Periodical)

Uniform Title: Megatrend Revija. English.

Main Title: Megatrend review : the international review of applied economics.

Published/Created: Belgrade : ill. ; 24 cm.

Description: v. : Megatrend University of Applied Sciences, [2004]-
Year 1, no. 1 ('04)-

ISSN: 1820-4570

CALL NUMBER: HB1 .M44

CIP – Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

33

MEGATREND revija = Megatrend Review / glavni urednik Vesna Baltezarević. - God. 1, br. 1 (2004)- . - Beograd : Megatrend univerzitet, 2004- (Bor : Tercija). - 24 cm

Tekst na srp. i engl. jeziku. - Preuzeo je: Megatrend review = ISSN 1820-4570. - Drugo izdanje na drugom medijumu: Megatrend revija (Online) = ISSN 2560-3329. - Ima izdanje na drugom jeziku: Megatrend review = ISSN 1820-4570

ISSN 1820-3159 = Megatrend revija

COBISS.SR-ID 116780812

Sadržaj – Contents

EKONOMIJA

Vladimir Živanović; Jelena Vitomir
NOVE TEHNOLOGIJE I ULOGA KRIPTOVALUTA
NA NIVOU INVESTICIONOG PORTFOLIJA 1–16

Aleksandra V. Stoiljković; Slavica A. Tomić; Nenad V. Kovačević
STANDARDIZACIJA POSLOVNOG PROCESA U FUNKCIJI NJEGOVE EFIKASNOSTI 17–34

Žarko Đorić
THEORETICAL AND EMPIRICAL ASPECTS
OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MORALITY AND ECONOMY 35–52

Marija Paunović; Jelena Doganjić
SAJBER OSIGURANJE I AKTUARSKA ANALIZA 53–66

Ana Grbić; Mirjana Tankosić
SOCIJALNO-PRAVNI ASPEKTI I ETIKA RODITELJSTVA U REPUBLICI SRBIJI 67–84

PRAVO

Aleksandra Nikolova Marković
LIČNA PRAVA I PRAVA AUTORSTVA NA INTERNETU 85–96

Marko Milović
UTICAJ NA SVEDOKE, SAUČESNIKE ILI PRIKRIVAČE KAO OSNOV
ZA ODREĐIVANJE PRITVORA (DILEME I MOGUĆE ZLOUPOTREBE U PRAKSI) 97–108

POLITIKA I BEZBEDNOST

Jelena D. Marković
BEZBEDNOST MLADIH ZAPOSLENIH NA RADNOM MESTU
U INDUSTRIJI IGARA NA SREĆU 109–126

MENADŽMENT I MARKETING

Miloš N. Milojević
EMOCIONALNE KOMPETENCIJE VASPITAČA U PREDŠKOLSKIM USTANOVAMA 127–144

Ljubomir Dulović; Marijana Milunović; Luka Zloporubović
DECISION-MAKING MODEL FOR ASSESSING
THE QUALITY OF SERVICES IN HOTELS 145–162

Đina Ivanović; Marija Antonijević
DIGITAL COMPETENCES PERFORMANCE
OF SERBIAN FEMALE ENTREPRENEURS 163–176

Radoslav Baltezarević
ULOGA NORMATIVNOG KONFORMIZMA U DIGITALNOM OKRUŽENJU
U KREIRANJU STAVOVA POTROŠAČA PREMA LUKSUZNIM BRENDOVAMA 177–188

Nina B. Lalević
NOVI VIDOVI MARKETINGA U ERI DIGITALNIH KOMUNIKACIJA 189–200

MEĐUNARODNI ODNOSI

Goran Nikolić; Predrag Petrović; Jelena Zvezdanović Lobanova
EKONOMSKI I GEOPOLITIČKI ASPEKT BILATERALNIH ODNOSA EU I KINE 201–216

Vladimir Lović
SURKOVLJEVO SHVATANJE
SAVREMENOG SPOLJNOPOLITIČKOG NASTUPA RUSIJE 217–234

JAVNE POLITIKE

Richard Douglas Kamara
DEVELOPING AND IMPLEMENTING AN EFFECTIVE FRAMEWORK FOR COOPERATIVE GOVERNANCE AND LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT (LED) IN SOUTH AFRICAN LOCAL GOVERNMENT 235–266

Valentina Zlatanović Marković; Biljana Nikolić; Mirjana Stakić; Milovan Mitić
PUBLIC RELATIONS IN THE EDUCATIONAL SYSTEM 267–282

Borivoje V. Baltezarević
POTREBA I OGRANIČENJA MEDIJSKE PISMENOSTI I KRITIČKOG MIŠLJENJA U DOBU NADZORNOG KAPITALIZMA 283–292

Radan Kostić; Aleksandar Savić; Milan Mihajlović
ANALIZA ZNAČAJA MARKETING MIKSA U ELEKTRONSKOJ TRGOVINI 293–310

SPISAK RECENZENATA / LIST OF REVIEWERS 311–314

OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU I UPUTSTVO ZA AUTORE 315–324

GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL AND THE INSTRUCTIONS FOR AUTHORS 325–334

Vladimir Živanović*
Jelena Vitomir**

UDK 336.7:004
005.52:005.334
330.322
DOI: 10.5937/MegRev2201001Z
Originalni naučni rad
Primljen 04.02.2022.
Odobren 14.02.2022.

NOVE TEHNOLOGIJE I ULOGA KRIPTOVALUTA NA NIVOU INVESTICIONOG PORTFOLIJA

Sažetak: *Nove tehnologije imaju signifikantnu ulogu na savremenim finansijskim tržištima. Primena novih tehnologija, aplikativnih i softverskih rešenja omogućili su finansijskim institucijama i pojedinačnim i institucionalnim investitorima upotrebu matematičko-statističkih i ekonometrijskih modela, koji su zasnovani na analizi i oceni investicionih portfolija, proceni finansijskih rizika i ekstrapolaciji, kao i prediktibilnosti koje su vezane za ciklična ekonomska kretanja, a koja se direktno odražavaju na investicioni portfolio. Usled uticaja finansijske krize, a posebno usled globalnih negativnih ekonomskih kretanja izazvanih COVID-19 pandemijom, na međunarodnom finansijskom tržištu sve veći značaj dobijaju alternativni oblici finansijske aktive koji su direktno nastali primenom novih tehnologija. Alternativni oblici finansijske aktive javljaju se u oblku kriptovaluta. Bitcoin predstavlja prvu kriptovalutu na globalnom finansijskom tržištu, a kao druga kriptovaluta po obimu tržišnog prometa javlja se Ethereum. U vezi sa tim, postavlja se pitanje: „Da li ove dve vodeće kriptovalute imaju značajan uticaj na savremeno finansijsko tržište, kao i na odluku pojedinačnih i institucionalnih investitora u vezi sa drugačijom strukturom investicionog portfolija?" Restrukturiranje investicionog portfolija uključivanjem kriptovaluta, ima za cilj postizanje diverzifikacije portfolija u cilju što je moguće boljeg upravljanja tržišnim i finansijskim rizicima. U ovom radu biće analiziran uticaj kriptovaluta, njihove volatilnosti, obima prometa i mogućnosti korišćenja kao alternativne finansijske aktive u formiranju optimalnog investicionog portfolija.*

Ključne reči: *nove tehnologije, međunarodna finansijska tržišta, kriptovalute, investicioni portfolio*

* Docent, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet Beograd, vzivanovic@megatrend.edu.rs

* Docent, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet Beograd, jvitomir@megatrend.edu.rs

1. Uvod

Nove tehnologije i primena novih tehnoloških rešenja dugo su prisutni na razvijenim međunarodnim finansijskim tržištima. Primena novih softverskih rešenja omogućila su finansijskim institucijama, individualnim i institucionalnim investitorima da sa mnogo većom preciznošću, većim obimom analiziranih podataka i brzinom obrade dobiju neophodne informacije, a koje se odnose na procenu finansijskih i tržišnih rizika. Finansijske institucije primenom najnovijih tehnoloških rešenja imaju mogućnost da primene analizu kreditnog rizika, koja je zasnovana na primeni internih procedura za ocenu boniteta i kreditnog rizika za pojedinačnu kompaniju ili celokupan kreditni portfolio. Ovo se prevashodno odnosi na primenu IRB (*Internal Ratings Based Approach – IRB*) procedura koje su i predstavljene u okviru nadnacionalnog regulatornog standarda Basel II (Basel Committee On Banking Supervision, 2001). Primena ovih novih procedura koje su zasnovane na konstrukciji zasebnog sistema za procenu kreditnog rizika na nivou individualnog kreditnog portfolija, finansijske institucije daju mogućnost za još precizniju, i što je bitnije, blagovremenu procenu eventualnih negativnih finansijskih rizika koji mogu da dovedu do difolta pojedinačnog ili grupe klijenata na nivou kreditnog portfolija. Na ovaj način nove tehnologije direktno utiču na usaglašavanje nadnacionalnih standarda i implementaciju softverskih rešenja koji direktno vode do veće sigurnosti i stabilnost nacionalnih finansijskih tržišta.

Na drugoj strani pored softverskih rešenja zasnovanih na novim tehnologijama, razvijena finansijska tržišta su u stalnoj potrazi za što raznovrsnijim finansijskim instrumentima koji mogu da dovedu do što je moguće veće diverzifikacije na nivou investicionog portfolija. U ovom smislu pojedinačni i institucionalni investitori imaju potrebu za formiranjem različite strukture investicionog portfolija, koji u današnje vreme uključuje i neke alternativne oblike finansijske aktive.

Kao najnovija tendencija koja je nastala u doba globalne ekonomske i finansijske krize izazvane pandemijom COVID-19, javlja se povećana potreba investitora da u svom investicionom portfoliju imaju realnu finansijsku aktivu u obliku plemenitih metala kao što je zlato i srebro. Na bazi analiza koje su zasnovane na GRG metodologiji (Lasdon et al., 1974), a koja koristi nelinearnu optimizaciju primenom metode generalisanog redukovanog gradijenta (*Generalized Redused Gradient Method - GRG*), kao i primenom MPT teorije (*Modern Portfolio Theory - MPT*) (Markowitz, 1952), a koja je vezana za diverzifikaciju investicionog portfolija, dokazano je da se zlato od strane investitora posmatra kao *safe haven* imovina. Zlato kao *safe haven* imovina se u periodu finansijske krize može koristiti u cilju veće diverzifikacije investicionog portfolija i to zamenom nekih do sada poznatih finansijskih instumenata na tržištu kapitala. Usled povećane agregatne tražnje za ovim oblikom finansijske aktive, na međunarodnom robnom tržištu dolazi do rasta cene plemenitih metala. Iako dolazi do rasta vrednosti trgova-

nja sa ovim oblicima finansijske aktive, njihova vrednost trgovanja nema visoku volatilnost i rast cena je uslovljen delovanjem zakona slobodnog tržišta.

Pored zlata i srebra kao realne finansijske imovine, u današnje vreme sve je veća zainteresovanost investitora za novim oblicima finansijske aktive u obliku kriptovaluta. Kriptovalute su već neko vreme prisutne na međunarodnom finansijskom tržištu i one su direktna posledica primene novih tehnoloških rešenja koji su omogućili pojavu *BlockChain* pristupa u razmeni ovih valuta i različitih načina na koji se mogu pribaviti od strane pojedinačnih lica, a koji se kasnije javljaju na sekundarnom finansijskom tržištu kao prodavci kriptovaluta u obliku finansijskih instrumenata.

Ono što je karakteristično za kriptovalute je da one od same pojave imaju jako izraženu volatilnost i da stoga na početku nisu privlačili pažnju tradicionalnih investitora, koji nisu voljni da preuzimaju visoke stope tržišnog rizika. U vreme pandemije vrednost vodećih kriptovaluta izraženih preko vrednosti trgovanja sa *Bitcoin* (BTC) i *Euthereum* (ETH) imaju signifikantan rast obima trgovanja izraženih preko *market cap* vrednosti. U ovom radu biće analiziran uticaj ove dve kriptovalute na novi investicioni portfolio investitora, uz dokazivanje hipoteze da li se kriptovalute mogu koristiti u cilju diverzifikacije novoformiranog investicionog portfolija u uslovima finansijske krize.

2. Pregled literature

Pojava kriptovaluta na međunarodnom finansijskom tržištu najavila je potencijalne promene do sada poznatog tradicionalnog načina trgovanja u okviru međunarodnog tržišta roba i kapitala. Ovo se prevashodno odnosi na pojavu novih valuta na međunarodnom finansijskom tržištu. Pojava novih valuta u obliku kriptovaluta javila se usled delimičnog gubljenja poverenja potrošača u stabilnost nacionalnih valuta, posebno nakon velike finansijske krize iz 2008. godine (Ivashina i Scharfstein, 2010). Potrošači su imali potrebu za formiranjem jednog paralelnog finansijskog sistema koji bi omogućio prevashodno sigurnu transakciju između korisnika, kao i pružanje usluga koje su besplatne, a koje koriste složene algoritme za obezbeđivanje zaštite učesnika u procesu. U vezi sa tim, prva kriptovaluta koja se pojavila na međunarodnom finansijskom tržištu bio je *Bitcoin*. *Bitcoin* je uveden na tržište u momentu registrovanja internet domena www.bitcoin.org[1]. Kako bi se objasnio način funkcionisanja nove valute na međunarodnom tržištu nepoznati autor *Nakamoto Satoshi* izdao je članak u kojem je objašnjen osnovni koncept na kojem je zasnovano trgovanje sa novom valutom koja je nazvana kriptovaluta usled toga što je njen nastanak, način pribavljanja, obavljanja transakcija u kripto obliku u okviru kompjuterskog sistema vođeno složenim matematičkim algoritmom (Nakamoto, 2008). Nova kriptovaluta omogućila je direktnu (*peer-*

[1] Bitcoin Internet domen – https://www.bitcoing.org/eng/

to-peer network for online payment – P2P) i zaštićenu online transakciju između krajnjih korisnika bez prisustva i medijacije koji su prisutni u tradicionalnim oblicima elektronskog plaćanja i transfera novca. Osnovna ideja tvorca bitcoina bila je da se omoguće male transakcije između korisnika koje bi u slučaju tradicionalnog oblika elektronskog novca uz prisustvo posrednika kao što su poslovne banke bio nemoguć usled visokih transakcionih troškova koji se javljaju u obliku naknada poslovne banke. Novi sistem elektronskog plaćanja zasnovan je na kriptografskom dokazivanju identiteta korisnika i same transakcije. Na ovaj način omogućeno je da se transakcije između dve strane ostvare samo na bazi saglasnosti učesnika u transakciji bez uključivanja posrednika kao treće strane u procesu. Ovim je proces elektronskog prenosa bio olakšan uz primenu najviših standarda koji su se odnosili na zaštitu identiteta korisnika usluga i same transakcije. U vezi sa tim *Jared* ističe da je anonimnost jedna od prednosti učesnika u novom obliku elektronskog transfera (Jared, 2018). Upravo princip koji je zasnovan na anonimnosti najviše je i kritikovan od strane međunarodnih nadnacionalnih regulatornih tela i međunarodnog finansijskog sistema. Anonimnost učesnika i transakcije pruža veliku mogućnost za zloupotrebu upotrebe sredstava i prenosa sredstava za aktivnosti koje zakonom nisu dozvoljene. Podaci o izvoru i destinaciji transakcija u P2P mreži su kriptovani u formi javnih ključeva (*Public Keys – PK*)[2] (Živanović, 2019). Javni ključevi se koriste u obliku pseudonima (Ober et al., 2013), a sam korisnik može generisati beskonačno mnogo PK. Sve transakcije se čuvaju u korisnikovom elektronskom novčaniku.

Nakon prvobitne pojave bitcoina kao prve zvanično objavljenje kriptovalute, na međunarodnom tržištu su se pojavili različiti oblici drugih kriptovaluta koje su zasnovane na tehnologiji koju koristi *Bitcoin*. Iako je danas prisutan veliki broj kriptovaluta, kao druga najznačajnija kriptovaluta na međunarodnom finansijskom tržištu, posmatrajući obim tržišne valorizacije, je *Ethereum* (ETH). *Ethereum* je izazvao veliku pažnju pojedinačnih korisnika i investitora pojavom na tržištu sredinom 2015. godine (Oorschot, 2021). I ova kriptovaluta je zasnova na konceptu koji je baziran na *blockchain* javnim knjigama transakcija (*blockchain-based public ledger*). ETH je kao novinu u oblasti elektronskih transakcija, u okviru kompjuterskih platformi, ponudio primenu tzv. *smart contracts* ili „pametnih ugovora" u obliku specijalizovanih programa koji su napravljeni kako bi se transakcije odvijale anonimno u prometu, a koji je vezan za tvz. „virtuelnu imovinu".

Kako bi bilo moguće sprovesti transakciju prenosa sa kriptovalutama, bilo da se radi o *Bitcoin* ili *Ethereum*, bilo je potrebno izgraditi decentralizovani pristup P2P mreži putem primene *BlockChain*[3] tehnologije (Crosby et al., 2016). U

[2] Javni ključevi (*public keys*) predstavljaju kriptografske ključeve koji se koriste od strane korisnika kako bi se enkriptovala poruka koja je usmerena ka određenom krajnjem korisniku i koja može biti dešifrovana jedino korišćenjem drugog ključa koji je poznat samo korisniku kome je poruka upućena (*the private key).*

[3] BlockChain predstavlja bazu podataka ili glavnu knjigu svih izvršenih transakcija između korisnika. Svaka transakcija je verifikovana koncenzusom većine korisnika u sistemu.

vezi sa primenom *BlockChain* tehnologije autor *Sam* navodi da su na ovaj način kriptovalute preuzele primat od strane finansijskih institucija, jer finansijske institucije nisu bile u mogućnosti da kontrolišu ponudu (Sam, 2017).

Kriptovalute su od momenta uvođenja na tržište pa do današnjih dana imale jako volatilne tokove. U prilog ovome govori činjenica da je vrednost prvog trgovanja sa Bitcoinom na finansijskom tržištu tokom 2010. godine bila u vrednosti 0,0008 USD do 0,08 USD. Nakon prvih godina u kojima je postavljena bazna vrednost, a koja je bila na jako niskom nivou, usled slabe zainteresovanosti investitora za novu nepoznatu finansijsku aktivu, dolazi do rasta vrednosti tokom 2019. godine. Nakon ovog perioda, a prevashodno kao posledica pandemije izazvane COVID-19, došlo je ponovnog konstantnog rasta vrednosti ove kriptovalute. Grupa autora je shodno jako visokoj volatilnosti bitcoina istraživala postojanje tzv. „investicionog balona". Prva grupa autora (Chaim i Laurini, 2018) smatraju da postoji više faktora koji mogu voditi do pojave „investicionog balona" kod bitcoina. Prema ovim autorima prvi faktor je vezan za preterana očekivanja u vezi sa prihvatanjem bitcoina i generalno kriptovaluta kao sredstva razmene u međunarodnom platnom prometu.

U današnje vreme svedoci smo sve većeg obima prihvatanja kriptovaluta kao zvaničnog sredstva plaćanja od strane velikih trgovinskih distributera, što u svakom slučaju dovodi do daljeg rasta vrednosti trgovanja sa kriptovalutama. U prilog ovim tendencijama na međunarodnom finansijskom tržištu govori i činjenica da je najveća društvena mreža koja je izmenila ime u Meta[4] najavila uvođenje svoje kriptovalute. Ova globalna društvena mreža svoju kriptovalutu je inicijalno nazvala *Libra*. Incijalno imenove kriptovalute promenjeno je tokom 2021. godine u *Diem*. Očekuje se da će ova nova kriptovaluta, a čiji datum uvođenja na tržište zavisi od odluke regulatornih organa, prevashodno Federalnih rezervi US (FED), još više proširiti način upotrebe kriptovaluta od strane pojedinačnih korisnika društvenih mreža.

Drugi faktor se može vezati za motivaciju učesnika na mreži usled jeftinijeg „rudarenja"[5], a koji je vezan za širu dostupnost i jeftiniju vrednost nove tehnologije koja se koristi za „rudarenje kriptovalutama". I ovaj faktor treba uzeti sa rezervom jer je u doba pandemije vrednost svih metala dostigla svoje istorijske vrednosti. Usled povećane agregatne tražnje vrednost plemenitih metala, pre-

Jednom uneti podaci o transakciji više se ne mogu obrisati.

4 Meta je novo ime najveće društvene mreže Facebook koje je krajem oktobra 2021. godine promenjeno kako bi se uvelo jedinstveno korporativno ime za više različitih društvenih mreža koje se nalazi u vlasništvu Meta kao što je Facebook, Instagram, WhatsUp, Messanger.

5 Rudarenje kriptovalutama – *cryptocurrency mining* je pojam koji je vezan za način pribavljanja kriptovaluta kao što je Bitcoin od strane pojedinačnih korisnika koji koriste kompjuterske sisteme sa jakim GPU procesorima koji su vezani za najnovije grafičke kartice, a koji se koriste za rešavanje složenog matematičkog algoritma, kojim se na virtuelnoj mreži vrši „iskopavanje kriptovaluta".

vashodno zlata dostigla je vrednost trgovanja na LBMA (*London Bullion Market Assotiation*) od oko 1.900,00 USD/troy oz (Živanović, 2020), dok je vrednost bakra kao primarnog metala na LME (*London Metal Exchange*) takođe dostigla istorijsku vrednost trgovanja koja je tokom 2021. godine bila i preko 10.000,00 USD/t. Ovi metali (zlato i bakar) učestvuju u proizvodnji hardverskih komponenti koje se koriste u okviru „rudarenja kriptovalutama" i za obavljanje elektronskog trasfera sa kriptovalutama, tako da je realno očekivati rast cene svih komponenata koje se koriste u novim tehnološkim rešenjima vezanim za kriptovalute.

Na drugoj strani imamo uticaj kulturoloških faktora koji su vezani za „rudarenje kriptovalutama". Postoji korelaciona veza u kojoj cene kriptovaluta dovode do veće zainteresovanosti krajnjih korisnika za početak „rudarenja" (Kristoufek, 2015). Isti autor smatra da postoji uzajamna povezanost između internet pretraživanja vezanih za kriptovalute i cene kriptovaluta (Kristoufek, 2013). Na drugoj strani *Cochrane* ističe da pravljenje „investicionog balona" može biti vezano za povećanu zainteresovanost krajnjih korisnika za kriptovalute, a što proizilazi iz veće zastupljenosti i lakšeg korišćenja interneta i pretraživanja pojmova koji su vezani za kriptovalute (Cochrane, 2002).

U ovom radu biće analizirani uticaji koji dve najzastupljenije kriptovalute kao što su BTC i ETH imaju na globalnom finansijskom tržištu, kao i analiza uticaja ovih kriptovaluta na formiranje novog investicionog portfolija od strane individualnih i institucionalnih investitora, odnosno izračunavanje procenta zastupljenosti BTC i ETC u novoformiranom optimalnom investionom portfolio koji nudi najveći stepen diverzifikacije.

3. Teorijska postavka predloženog modela

Teorijska postavka predloženog modela zasnovana je na posmatranju istorijskih vrednosti trgovanja na međunarodnom finansijskom tržištu za dve najzastupljenije kriptovalute kao što su BTC i ETH. Na bazi vrednosti trgovanja pretpostavljena je primena modela koji je zasnovan na DCC GARCH metodologiji (*Dynamic Conditional Correlation GARCH model*), odnosno primeni dinamičke uslovne korelacije zasnovane na GARCH modelu. DCC GARCH model je korišćen kako bi se pokazala visoka volatilnost koja postoji u trgovanju sa kriptovalutama (Engle, 2002).

Volatilnost meri varijaciju cene jedne finansijske imovine ili finansijske varijable, i može se definisati kao odstupanje određene imovine od svoje prosečne cene za dati vremenski period. U analizi je korišćena vremenska serija koja obuhvata period od tri godine između 2018. i 2021. godine. Za dve posmatrane kriptovalute, volatilnost varira tokom vremena, što ukazuje na heteroskedastičnost modela. U teoriji postoje dva GARCH modela. Kako je modelom predviđeno posmatranje dve varijable primenjen je multivarijantni GARCH model (*multi-*

variate GARCH model) koji meri volatilnost jedne varijable u odnosu na drugu. DCC GARCH model (Engle i Sheppard, 2001) može biti postavljen kao:

$$H_t = D_t R_t D_t \tag{1}$$

gde je H_t matrica kovarijanse, a R_t $n \times n$ matrica uslovne korelacije povrata. Dijagonala matrice D_t može biti izražena kao:

$$D_t = \begin{bmatrix} \sqrt{h_{1t}} & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & \sqrt{h_{2t}} & \ddots & \vdots \\ \vdots & \ddots & \ddots & 0 \\ 0 & \cdots & 0 & \sqrt{h_{nt}} \end{bmatrix} \tag{2}$$

Prikazana matrica u formuli 2 sastoji je od jednovarijantnog GARCH modela (*univariate GARCH model*). Kada je matrica definisana potrebno je ispuniti dva preduslova. Prvi preduslov je da H_t ima pozitivnu vrednost, pošto se radi o matrici koja prikazuje kovarijansu, i drugi uslov je da delovi matrice koji su vezani za R_t moraju biti manji od jedan. Ovi uslovi su zadovoljeni putem sledeće dekompozicije:

$$R_t = diag(q_{ii_t})^{-1}\, Q_t\, diag(q_{ii_t})^{-1} \text{ za } i = 1 \ldots n \tag{3}$$

$$Q_t = (1 - a - b)\bar{Q} + \alpha\epsilon'_{t-1} + \beta Q_{t-1} \tag{4}$$

gde je $\bar{Q} = Cov[\epsilon_t \epsilon'_t] = E[\epsilon_t \epsilon'_t]$.

Procena $\bar{Q}$ može biti prikazana kao:

$$\bar{Q} = \frac{1}{T}\sum_{t=1}^{T} \epsilon_t\, \epsilon'_t \tag{5}$$

Vrednosti α i β treba da budu veće od nule, ali njihov zbir mora da bude manji od 1.

Kao teorijska postavka modela koji se odnosi na formiranje optimalnog investicionog portfolija, korišćena je metoda nelinearne optimizacije zasnovane na generalisanom redukovanom gradijentu (*Generalized Reduced Gradient - GRG*).

Kao osnova GRG metode potrebno je definisati nelinearni problem optimizacije sa nelinearnim ograničenjima. GRG metoda razvijena je iz procedure ograničenih varijacija. U modelu su optimizovane dve varijable kao što je BTC i ETH, koje su date kao varijable x_1 i x_2 uz ograničenje $f(x_1, x_2) = 0$. Metoda GRG koristi pristup koji bi trebalo da pronađe pravac za poboljšanje funkcije cilja uz zadovoljenje jednačina ograničenja. Ovo se sprovodi tako što se izvodi

redukovani gradijent. Nezavisne varijable modela koje su u modelu određene u vidu kretanja vrednosti trgovanja za kriptovalute BTC i ETH su podeljene na bazne i nebazne. Baznih varijabli x_b ima m, a nebaznih varijabli x_{nb} ima $(n–m)$. Na bazi ovih postavki funkcija ograničenja za m baznih varijabli u odnosu na $(n–m)$ nebaznih varijabli može biti prikazan u obliku funkcije:

$$f_i(x) = f_i(x_b, x_{nb}) = 0 \quad za\ i = 1,2, \dots m \tag{6}$$

Funkcija cilja primenom GRG metode može se definisati kao funkcija:

$$f_i(x) = \sum_{j=1}^{m} \frac{\partial f_i(x_k)}{\partial x_j} dx_{j,b} + \sum_{j=m+1}^{n} \frac{\partial f_i(x_k)}{\partial x_{j,nb}} dx_{j,nb} = 0, \text{ za } i = 1, 2, \dots, m \tag{7}$$

Na bazi teorijskih postavki modela sprovedena je analiza koja se odnosi na formiranje optimalnog investicionog portfolija od strane pojedinačnih ili institucionalnih investitora, koji uključuje formiranje portfolija koji je sačinjen od realne, alternativne i tradicionalne finansijske aktive.

4. Statistička evaluacija predloženog modela

U okviru statističke evaluacije predloženog modela, posmatrane su istorijske vrednosti trgovanja za tradicionalne oblike finansijske imovine prikazane u obliku vrednosti trgovanja za kompanije *Nvidia corporation* (NVDA), *AMD - Advanced Micro Devices Inc.* (AMD), *IBM - International Business Machines Corporation* (IBM) i Apple Inc. (AAPL). Sve posmatrane hartije od vrednosti tradicionalnih oblika finansijske imovine predstavljaju finansijsku aktivu tehnoloških kompanija. Ove hartije od vrednosti su uzete u analizu iz razloga njihove povezanosti sa procesima koji se odnose na uvođenje i dalji razvoj tehnoloških inovacija kao osnove za trgovanje sa kriptovalutama.

Kao druga grupa hartija od vrednosti posmatrana je vrednost trgovanja za zlato. Zlato se u periodu negativnih ekonomskih ciklusa i shodno tome pojave ekonomske i finansijske krize izazvanih pandemijom COVID-19, posmatra kao realna finansijska imovina. Od strane investitora zlato se prihvata i kao *safe haven* imovina.

I kao treća grupa hartija od vrednosti koja je uzeta u analizu, posmatrane su vrednosti trgovanja za tzv. alternativnu finansijsku imovinu koja je izražena u obliku trgovanja sa kriptovalutama kao što su BTC i ETH. Upravo ovi novi oblici alternativne finansijske aktive ne bi bili mogući bez primene novih tehnogija na razvijenom međunarodnom finansijskom tržištu.

U analizi je korišćena vremenska serija za period koji prethodi pojavi globalne ekonomske i finansijske krize izazvane COVID-19, i to kao prosečna

mesečna vrednost trgovanja za 2018. godinu, period proglašene pandemije i period zaključno sa 31. oktobrom 2021. godine, a koji se može karakterisati kao period neizvesnosti u smislu daljeg kretanja globalne ekonomije.

Tabela 1. *Pregled mesečnih cena trgovanja za varijable predloženog modela*

M/Y	BTC	ETH	NVDA	AMD	IBM	APPL	GOLD
okt-21	61.318,96	4.288,07	207,50	102,60	141,00	141,90	1.775,68
sep-21	43.790,89	3.001,68	224,85	111,30	139,98	152,83	1.779,10
avg-21	47.166,69	3.433,73	197,00	105,93	141,45	146,36	1.784,03
jul-21	41.626,20	2.536,21	201,25	94,04	146,96	136,60	1.806,48
jun-21	35.040,84	2.274,55	162,70	81,01	145,00	125,08	1.835,33
maj-21	37.332,86	2.714,95	151,25	81,97	143,81	132,04	1.850,39
apr-21	57.750,18	2.773,21	135,72	80,16	133,76	123,66	1.760,24
mar-21	58.918,83	1.918,36	138,75	85,37	120,35	123,75	1.719,89
feb-21	45.137,77	1.416,05	130,53	86,83	119,90	133,75	1.811,09
jan-21	33.114,36	1.314,99	131,04	92,11	125,85	133,52	1.868,33
dec-20	29.001,72	737,80	134,92	92,25	123,90	121,01	1.854,88
nov-20	19.625,84	614,84	126,58	75,85	112,65	109,11	1.866,50
okt-20	13.781,00	386,59	137,58	83,06	122,36	117,64	1.901,40
sep-20	10.787,62	360,02	134,80	91,92	122,85	132,76	1922,846
avg-20	11.680,82	435,08	107,32	78,19	123,50	108,20	1.969,87
jul-20	11.323,47	345,55	95,21	52,63	120,27	91,28	1.842,06
jun-20	9.137,99	226,32	88,33	53,31	124,64	79,44	1.733,13
maj-20	9.461,06	230,98	71,09	51,07	123,19	71,56	1.716,04
apr-20	8.658,55	207,60	63,91	44,18	106,36	61,63	1.681,48
mar-20	6.438,64	133,59	69,22	47,42	130,75	70,57	1.592,85
feb-20	8.599,51	219,85	58,92	46,40	144,25	76,07	1.597,96
jan-20	9.350,53	180,16	59,69	46,86	135,00	74,06	1.560,67
dec-19	7.193,60	129,61	54,12	39,32	134,45	66,82	1.478,04
nov-19	7.569,63	152,54	49,90	34,37	134,50	62,38	1.470,97
okt-19	9.199,58	183,97	43,75	29,05	145,59	56,27	1.494,78
sep-19	9.293,87	179,87	41,15	30,83	134,85	51,61	1.510,83
avg-19	9.360,66	172,47	42,28	30,50	148,90	53,47	1.497,95
jul-19	10.085,63	218,65	43,14	31,79	139,60	50,79	1.413,80
jun-19	10.817,16	290,70	33,98	28,75	127,10	43,90	1.358,77
maj-19	8.574,50	268,11	45,78	28,95	140,55	52,47	1.283,53
apr-19	5.350,73	162,17	45,81	25,42	141,51	47,91	1.287,05
mar-19	4.105,40	141,51	39,07	23,97	139,31	43,57	1.301,59
feb-19	3.854,79	136,75	36,13	24,61	134,97	41,74	1.319,91
jan-19	3.457,79	107,06	32,66	18,01	112,01	38,72	1.291,69
dec-18	3.742,70	133,37	43,15	22,48	125,67	46,12	1.248,91
nov-18	4.017,27	113,17	53,08	18,41	115,50	54,76	1.221,11
okt-18	6.317,61	197,38	71,04	30,69	151,71	56,99	1.215,06
sep-18	6.625,56	232,85	70,04	25,62	145,98	57,10	1.198,84

avg-18	7.037,58	283,00	61,53	18,34	144,76	48,78	1.201,55
jul-18	7.780,44	433,87	58,52	14,80	138,28	45,96	1.238,30
jun-18	6.404,00	455,18	63,50	13,98	142,43	47,00	1.281,85
maj-18	7.494,17	577,65	56,14	10,83	144,65	41,60	1.303,32
apr-18	9.240,55	669,92	57,19	9,99	153,34	41,66	1.334,56
mar-18	6.973,53	396,46	60,48	12,26	155,53	44,63	1.325,11
feb-18	10.397,90	855,20	59,63	13,62	163,19	41,79	1.332,65
jan-18	10.221,10	1.118,31	48,94	10,42	154,50	42,54	1.332,24

Izvor: *Yahoo finance*[6]

U tabeli 1 prikazane su prosečne mesečne vrednosti trgovanja. Korišćeni su podaci za sedam varijabli modela, od kojih četiri varijable modele pripadaju tradicionalnim oblicima finansijske aktive, dve varijable kao alternativne finansijske aktive i jedne varijable u obliku realne finansijske imovine date kao vrednost trgovanja sa zlatom. Na bazi podataka o prosečnoj mesečnoj ceni trgovanja u daljoj statističkoj analizi podataka izračunate su vrednosti povrata za svih sedam varijabli. Mesečni povrat može biti prikazan na bazi sledeće formule:

$$E|R| = \sum_{i=1}^{n} R_i P_i \tag{8}$$

gde R_t predstavlja mesečni povrat, a P_t i R_{t-1} cenu finansijske aktive u momentu t i t–1.

Nakon izračunavanja vrednosti mesečnog povrata za varijable izračunate su vrednosti prosečnog mesečnog povrata za vremensku seriju, mesečne varijable, godišnjeg povrata i godišnje varijanse. Formula za izračunavanje varijanse korišćena je kako bi se izračunala razlika između projektovanih i stvarnih rezultata. Dobijanjem ovih vrednosti bilo je moguće izračunati vrednosti očekivanog povrata za svih sedam varijabli predloženog modela. U daljoj analizi dobijeni podaci su korišćeni za dobijanje vrednosti date u matrici varijanse-kovarijanse što je prikazano u tabeli 2.

Tabela 2. *Matrica varijanse-kovarijanse*

	BTC	ETH	NVDA	AMD	GOLD	IBM	AAPL
BTC	**5.945,685**	6.852,611	(39,539)	854,478	(43,788)	400,931	(259,303)
ETH	6.852,611	**13.090,689**	(294,886)	988,715	196,601	820,837	(214,619)
NVDA	(39,539)	(294,886)	**2.142,677**	1.621,750	(82,979)	705,720	1.129,337
AMD	854,478	988,715	1.621,750	**3.358,359**	(0,603)	1.051,703	939,815
GOLD	(43,788)	196,601	(82,979)	(0,603)	**95,514**	12,514	(5,705)
IBM	400,931	820,837	705,720	1.051,703	12,514	**905,282**	432,795
AAPL	(259,303)	(214,619)	1.129,337	939,815	(5,705)	432,795	**1.144,290**

Izvor: Istraživanje autora

[6] *Yahoo Finance* – https://finance.yahoo.com

Kako bismo formirali optimalni investicioni portfolio u daljoj analizi korišćen je podatako visini bezrizične kamatne stope (*risk-free rate*), a koja se prikazuje kao kamatna stopa na desetogodišnje trezorske zapise američkih centralnih rezervi FED (*US Treasury Bills*). Bezrizična kamatna stopa je na dan 3. novembra 2021. godine iznosila 1,60%[7]. Na bazi ovog podatka bilo je moguće izračunati očekivani povrat, stopu rizika i Šarpov racio (*Sharpe ratio*). Očekivani povrat predstavlja projektovani iznos profita ili gubitka investitora u zavisnosti od ulaganja u određenu investiciju ili finansijsku aktivu. On se izračunava na bazi sledeće formule:

$$R_t = \frac{P_t}{P_{t-1}} - 1 \tag{9}$$

gde $E|R|$ predstavlja očekivani povrat, R_i povrat u slučaju scenarija i, P_i verovatnoću povrata R_i u slučaju scenarija i, i n predstavlja broj investicionih scenarija. Rizik je predstavljen kao vrednost tržišnog rizika za sve posmatrane varijable modela koji čine investicioni portfolio. Na kraju je izračunata i vrednost Šarpovog racija kako bi bilo moguće prikazati povrat koji se očekuje od određene investicije u finansijsku aktivu u poređenju sa njenim rizikom. Šarpov racio se izračunava kao:

$$Sharpe\ Ratio\ = \frac{R_p - R_f}{\sigma_p} \tag{10}$$

gde R_p povrat na nivou portfolija, R_f bezrizična kamatna stopa i σ_p predstavlja standardnu devijaciju očekivanog povrata na nivou jednog investicionog portfolija. gde povrat na nivou portfolija, bezrizična kamatna stopa i predstavlja standardnu devijaciju očekivanog povrata na nivou jednog investicionog portfolija.

Za izračunavanje optimalnog investicionog portfolija pretpostavili smo da svih sedam varijabli predloženog modela ima jednak raspored, tj. da je obim ulaganja investitora jednako raspodeljen na svih sedam varijabli po 14,285%. Na bazi jednakog rasporeda investicionog portfolija koje čine posmatranih sedam varijabli modela dobijene su vrednosti očekivanog povrata od –13,88, stope tržišnog rizika od 34,05, i Šarpovog racija od –0,45. Dobijene vrednosti ukazuju na visok stepen volatilnosti tokom posmatranog perioda, negativne stope povrata na uloženi kapital što je posledica recesionog ekonomskog ciklusa, visoke stope tržišnog rizika u skladu sa neizvesnošću budućeg poslovanja kompanija i shodno svim ovim elementima, uključujući stopu bezrizične kamatne stope od 1,60%, dobijena je negativna vrednost Šarpovog racija. Koristeći GRG metodu nelinearne optimizacije formiran je optimalni investicioni portfolio, a koji daje najvišu vrednost Šarpovog racija. Vrednosti za jednak i optimalni portfolio datesu u tabeli 3.

[7] Risk-free rate – https://ycharts.com/indicators/10_year_treasury_rate

Tabela 3. *Portfolio sa jednakim rasporedom i optimalni portfolio*

Portfolio sa jednakim rasporedom		Optimalni portfolio	
BTC	0,14286	BTC	0,00000
ETH	0,14286	ETH	0,20905
NVDA	0,14286	NVDA	0,00000
AMD	0,14286	AMD	0,00000
IBM	0,14286	IBM	0,79095
AAPL	0,14286	AAPL	0,00000
GOLD	0,14286	GOLD	0,00000
SUM	1,00000	SUM	1,00000
Očekivani povrat	–13,88	Očekivani povrat	9,59
Tržišni rizik	34,05	Tržišni rizik	37,55
Šarpov racio	–0,45	Šarpov racio	0,21

Izvor: Istraživanje autora

U optimalnom investicionom portfoliju učestvuju samo dve posmatrane varijable i to hartije od vrednosti kompanije IBM od 79,095% i trgovanje kriptovalutom ETH u iznosu od 20,905%. Pri ovom rasporedu investicionog portfolija, a na bazi sedam posmatranih varijabli, moguće je ostvariti kratkoročnu maksimalnu diverzifikaciju koja investitorima omogućava pozitivnu vrednost očekivanog povrata od 9,59% za razliku od portfolija sa jednakim rasporedom gde je vrednost očekivanog povrata negativna i iznosi –13,38%. Tržišni rizik se kod optimalnog portfolija povećao sa 34,05% na 37,55%. Ovo je prevashodno vezano za učešće kriptovalute u optimalnom investicionom portfoliju, jer je vrednost kriptovaluta u dosadašnjem periodu pokazala izuzetno visoku volatilnost. I na kraju, uzimajući u obzir vrednosti očekivanog povrata, tržišnog rizika i bezrizične kamatne stope, dobijena je mala pozitivna vrednost Šarpovog racija od 0,21% za novoformirani optimalni investicioni portfolio.

Ukoliko predloženi model proširimo sa još jednom pretpostavkom, a koja se odnosi na ograničenje da investitori žele da formiraju investicioni portfolio u kojem učešće pojedinačne finansijske aktive nije manje od 5%, a ni više od 20% ulaganja kapitala, dobijamo primenom GRG metode sledeću strukturu optimalnog investicionog portfolija, kako je to prikazano u tabeli 4.

Iz tabele 4 možemo videti da za sedam posmatranih varijabli modela, usled želje investitora da disperzuju rizik ulaganja preraspodelom svojih ulaganja kapitala na svih sedam oblika finansijske aktive, dobijamo da je učešće alternativne finansijske aktive 20%, realne finansijske aktive takođe 20%, i tradicionalne finansijske aktive u iznosu od 10% ulaganja u AAPL, i po 5% u NVDA i AMD. Pri ovoj novoj optimalnoj strukturi investicionog portfolija očekivani povrat je ponovo negativan i iznosi –5,98%, tržišni rizik se povećava na 39,70% što je posledica visokog učešća kriptovaluta u novoformiranom investicionom portfoliju, i kao posledica ovih vrednosti dobijamo negativnu vrednost Šarpovog

racija od –0,19%. Ova vrednost je značajno niža u odnosu na negativnu vrednost od –0,45% kod portfolija sa jednakim rasporedom, ali ima i dalje negativnu vrednost što ukazuje na visok nivo opreznosti prilikom investicionog ulaganja u novonastalim vanrednim okolnostima, koje su izražene recesionim ekonomskih trendom usled posledica pandemije.

Tabela 4. *Optimalni investicioni portfolio sa ograničenjem vrednosti 5–20%*

Optimalni portfolio 5–20%	
BTC	0,20000
ETH	0,20000
NVDA	0,05000
AMD	0,05000
IBM	0,20000
AAPL	0,10000
GOLD	0,20000
SUM	1,00000
Očekivani povrat	–5,98
Tržišni rizik	39,70
Šarpov racio	–0,19

Izvor: Istraživanje autora

5. Zaključna razmatranja

Kao zaključak možemo istaći da je na bazi DCC GARCH metodologije pokazana izuzetna volatilnost za alternativne oblike finansijske aktive, u vidu prosečne mesečne vrednosti trgovanja sa kriptovalutama BTC i ETC, kao i da su na bazi predloženog modela formiranja optimalnog investicionog portfolija primenom GRG nelinearnog modela optimizacije, dobijena dva potencijalna oblika optimalnog investicionog portfolija, a koja se mogu primeniti u trenutnom globalnom negativnom ekonomskom ciklusu.

Predloženi model je prikazao da u optimalnom investicionom portfoliju posmatrajući vrednosti trgovanja sa sedam varijabli, kriptovalute imaju značajan procent u novoformiranoj strukturi portfolija. Formiranje optimalnog investicionog portfolija sprovedeno je za vremensku seriju od 2018–2021. godine. Ova vremenska serija karakteristična je po tome što su uzeti podaci za prosečnu mesečnu vrednost trgovanja za period pre proglašenja pandemije, period 2019. godine kada je proglašena pandemija, a što je uslovilo negativna ekonomska i finansijska kretanja, kao i period 2020. zaključno sa 31. oktobrom 2021. godine kao periodom u kojem se globalna finansijska tržišta susreću sa do sada nezapamćenim obimom finansijske krize. Posmatrani period 2021. godine može se nazvati i kao period neizvesnosti. Period neizvesnosti karakterističan je po

tome što se ne zna sa tačnošću do kog perioda će trajati pandemija, koji će biti krajnji troškovi koji opterećuju fiskalnu sferu i budžete zemalja, koliko će u 2021. godini, posebno u poslednjem kvartalu ove godine, biti novih zatvaranja (*lockdown*) u cilju sprečavanja širenja epidemije, i da li će se pandemija i sa kojim obimom proširiti i na narednu 2022. godinu. Sve ovo utiče na globalna ekonomska i finansijska kretanja, a shodno tome i na odluku investitora u vezi sa novim ulaganjima kapitala i restrukturiranjem postojećih investicionih portfolija.

Da li će primena nove tehnologije omogućiti da se u budućem vremenskom periodu sve više koristiti trgovanje sa kriptovalutama koje su direktno posledica primene nove tehnologije zavisiće od mnogo faktora, a koji su prevashodno uslovljeni širom primenom regulatornih standarda koji bi trebalo da spreče zloupotrebu u korišćenu kriptovaluta u međunarodnom platnom prometu. Regulatorna pravila doprineće većoj stabilnosti i snižavanju volatilnosti trgovanja sa kriptovalutama što će dovesti do veće zainteresovanosti potencijalnih privatnih i institucionalnih investitora da na srednji rok imaju veći obim trgovanja sa kriptovalutama. Takođe, veća primena kriptovaluta uslovljena je i daljim razvojem informacionih tehnologija koje će obezbediti širu dostupnost i lakše korišćenje od strane individualnih korisnika svih oblika kriptovaluta. Kriptovalute u jednom momentu mogu da postanu supstitut nekim do sada poznatim oblicima realne finansijske aktive i novca. Za sada su nove informacione tehnologije omogućile popularizaciju različitih oblika alternativne finansijske aktive u vidu kriptovaluta od kojih su najzastupljenije BTC i ETH. Očekuje se da će popularnost i povećanje prometa kriptovalutama rasti usled razvoja novih tehnoloških rešenja koje će omogućiti veće prisustvo kriptovaluta u prometu finalnih proizvoda, a što je uslovljeno prihvatanjem kriptovaluta u prometu od strane velikih *retail* kompanija (*Amazon, eBay, AliBaba* itd.).

Literatura:

- Basel Committee On Banking Supervision. (2001). The Internal Ratings-Based Approach. *Bank for International Settlements*, *January*, 1–102. https://www.bis.org/publ/bcbsca05.pdf
- Chaim, P., i Laurini, M. P. (2018). Is Bitcoin a bubble? *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, *517* (November), 222–232. https://doi.org/10.1016/j.physa.2018.11.031
- Cochrane, J. (2002). *Stocks as Money: Convenience Yield and the Tech-Stock Bubble*. https://doi.org/10.3386/w8987
- Crosby, M., Pattanayak, P., Verma, S., i Kalyanaraman, V. (2016). BlockChain Technology: Beyond Bitcoin. *Applied Innovation Review*, *2*, 1–19.https://doi.org/10.1515/9783110488951

- Engle, R. (2002). Dynamic Conditional Correlation: A Simple Class of Multivariate Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity Models. *Journal of Business & Economic Statistics*, *20*(3), 339–350.
- Engle, R., i Sheppard, K. (2001). Correlation Multivariate GARCH : Theoretical and Empirical properties of Dynamic Conditional. *NBER Working Paper*, *8554*.
- Ivashina, V., i Scharfstein, D. (2010). Bank lending during the financial crisis of 2008. *Journal of Financial Economics*, *97*(3), 319–338. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.12.001
- Jared, B. (2018). *Cryptocurrency Mining*.
- Kristoufek, L. (2013). BitCoin meets Google Trends and Wikipedia: Quantifying the relationship between phenomena of the Internet era. *Scientific Reports*, *3* (May), 1–7. https://doi.org/10.1038/srep03415
- Kristoufek, L. (2015). What are the main drivers of the bitcoin price? Evidence from wavelet coherence analysis. *PLoS ONE*, *10* (4), 1–15. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0123923
- Lasdon, L., Fox, R., i Ratner, M. (1974). Nonlinear optimization using the generalized reduced gradient method. *Revue Française d'automatique, Informatique, Recherche Opé- Rationnelle*, *8* (V3), 73–103.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, *7*(1), 77–91. https://doi.org/10.2307/2975974
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin - A peer-to-peer Electronic Cash System. *Bitcoin.Org*, 1–9. https://doi.org/10.1007/s10838-008-9062-0
- Ober, M., Katzenbeisser, S., i Hamcher, K. (2013). Structure and Anonymity of the Bitcoin Transaction Graph. *Future Internet*, *5*, 237–250. https://doi.org/10.3390/fi5020237
- Oorschot, P. (2021). *Information, Security and Cryptography*. Springer International Publishing.
- Sam, V. (2017). Crypto Revolution - Bitcoin, cryptocurrency and the future of money. In *Southbank Invesment Research*.
- Živanović, V. (2019). Bitcoin - The Reserve Currency or Investment Opportunities. *Rivista Italiana Di Antropologia Applicata*, *V*(1), 50–59. https://doi.org/10.32054/2499-1848-2019-1-5
- Živanović, V. (2020). The impact of changes in the base and precious metals prices on credit risk factors. *Megatrend Revija*, *17*(2), 45–64. https://doi.org/10.5937/megrev2002045z

Vladimir Živanović
Jelena Vitomir

UDC 336.7:004
005.52:005.334
330.322
DOI: 10.5937/MegRev2201001Z
Original scientific paper
Received 04.02.2022.
Approved 14.02.2022.

NEW TECHNOLOGIES AND THE ROLE OF CRYPTOCURRENCY AT THE LEVEL ON AN INVESTMENT PORTFOLIO

Abstract: *New technologies have a significant role in modern financial markets. The application of new technologies, application and software solutions has enabled financial institutions and individual and institutional investors to use mathematical-statistical and econometric models, which are based on analysis and evaluation of investment portfolios, financial risk assessment and extrapolation, as well as predictability related to cyclical economic trends, which are directly reflected in the investment portfolio. Due to the impact of the financial crisis, and especially due to global negative economic trends caused by the COVID-19 pandemic, alternative forms of financial assets that are directly created by the application of new technologies are becoming increasingly important in the international financial market. These alternative forms of financial assets are presented as cryptocurrencies. Bitcoin is the first cryptocurrency in the global financial market, and Ethereum is the second cryptocurrency in terms of market turnover. In this regard, arises the question: "Do these two leading cryptocurrencies have a significant impact on the modern financial market, as well as on the decision of individual and institutional investors regarding a different structure of the investment portfolio?" Restructuring the investment portfolio by including cryptocurrencies, aims to achieve portfolio diversification in order to better manage market and financial risks. This paper will analyze the impact of cryptocurrencies, their volatility, turnover volume and the possibility of using them as alternative financial assets of an optimal investment portfolio.*

Keywords: *new technologies, international financial markets, cryptocurrencies, investment portfolio*

Aleksandra V. Stoiljković*
Slavica A. Tomić**
Nenad V. Kovačević***

UDK 005.4:006.027
005.336.1:005.74

DOI: 10.5937/MegRev2201017S
Originalni naučni rad
Primljen 17.03.2022.
Odobren 19.03.2022.

STANDARDIZACIJA POSLOVNOG PROCESA U FUNKCIJI NJEGOVE EFIKASNOSTI

Sažetak: *Standardizacija poslovnih procesa je aktivnost objedinjavanja različitih varijanti srodnih poslovnih procesa sa ciljem da se slični poslovni procesi u organizaciji homogenizuju kako bi se osiguralo da, ukoliko organizacija obavlja iste aktivnosti na različitim mestima, ona to čini na isti način. Centralni problem ovog istraživanja vezuje se za analizu uticaja standardizacije poslovnog procesa na njegovu efikasnost. Cilj istraživanja je utvrditi da li je i u kojoj meri opravdano vršiti standardizaciju poslovnog procesa. Realizacija definisanog cilja istraživanja ostvariće se otklanjanjem sledećih istraživačkih pitanja: Koji su rezultati postojećih istraživanja u pogledu efekata standardizacije poslovnog procesa na performanse procesa? Da li karakteristike poslovnog procesa utiču na mogućnost i nivo standardizacije poslovnog procesa? Sistematskom analizom literature identifikovani su brojni pozitivni efekti koji standardizacija poslovnog procesa ostvaruje na učinak procesa: snižavanje troškova, poboljšanje kvaliteta, skraćivanje vremena ciklusa proizvodnje, povećanje zadovoljstva stejkholdera procesa. Međutim, pored navedenih benefita standardizacija poslovnog procesa ostvaruje i negativan efekat na funkcionalnu fleksibilnost procesa. Standardizacijom autputa smanjuje se sposobnost organizacije da u potpunosti udovolji varijetetu autputa koji zahtevaju kupci što može uticati na smanjenje potražnje.*

Ključne reči: *standardizacija poslovnog procesa, poslovni proces, standardizacija procesa.*

* Master, asistent, Ekonomski fakultet u Subotici, Univerzitet u Novom Sadu, Srbija; aleksandra.stoiljkovic@ef.uns.ac.rs

** Redovni profesor, Ekonomski fakultet u Subotici, Univerzitet u Novom Sadu, Srbija; slavica.tomic@ef.uns.ac.rs

*** Master, asistent, Vojna akademija, Univerzitet odbrane, Beograd, Srbija; inz.84kula@gmail.com

1. Uvod

Način na koji se upravljanja performansama organizacija ne zasniva se na pokušajima i greškama, vršenjem pritiska na ljude i finansijskim manipulacijama, već promišljenim upravljanjem „end-to-end" poslovnim procesima kroz koje se stvara sva vrednost za kupce. Kupci ne znaju, niti ih zanimaju, mnoga pitanja koja su obično u centru pažnje većine rukovodilaca: strategije, dizajn organizacije, struktura kapitala i dr. Kupce interesuje samo jedna i jedna stvar: rezultati. Ovakvi rezultati nisu posledica više sile ili menadžerskih genija; oni su učinak poslovnih procesa.[1]

Prema Davenportu (engl. Davenport) procesi se definišu kao strukturirani, merljivi skupovi aktivnosti, dizajnirani da proizvedu određeni proizvod za određenog kupca ili tržišta. Pod poslovnim procesom se generalno podrazumeva niz radnji koje sprovode učesnici ili informacione tehnologije (u daljem tekstu IT) kojom organizacije transformišu inpute u autpute. Poslovni procesi pokrivaju širok spektar aktivnosti unutar organizacije. Spektar se kreće od iterativnog i jednostavnog do kreativnog ili jedinstvenog poslovnog procesa koji zahteva mnogo znanja.[2] Upravljanje poslovnim procesima (engl. *Business Process Management* u daljem tekstu BPM) se fokusira na poslovne procese koji su skup međusobno povezanih događaja, aktivnosti i tačaka odlučivanja koja uključuju brojne učesnike i objekte i koji zajedno dovode do rezultata koji su od vrednosti (koristi) za najmanje jednog kupca.[3] Upravljanje poslovnim procesima može se definisati kao strukturirani sistematski pristup analizi i kontinuiranom unapređenju procesa.[4] Upravljanje poslovnim procesima fokusira se na optimizaciju procesa kroz standardizaciju i automatizaciju.[5] Važno strateško pitanje procesno orijentisanih preduzeća, koja se sastoje od mnogo različitih poslovnih jedinica jeste: Da li sve jedinice treba da rade stvari na isti način ili im pak treba omogućiti da svoje procese prilagode svojim potrebama?

Standardizacija poslovnih procesa (engl. Business Process Standardization u daljem tekstu BPS) kao instrument BPM-a definisana je kao objedinjavanje (ujedinjenje) poslovnih procesa i osnovnih postupaka unutar organizacije radi olakšavanja komunikacije o načinu poslovanja preduzeća, koji omogućava prenos

1 Hammer, M. (2015): *What is a Business Process Management*? In: Vom Brocke, J., Rosemann, M., *Handbook on Business Process Management 1*, Springer, Berlin,

2 Anupindi, R., Chopra, S., Deshmukh, S. D., Van Mieghem, J. A. & Zemel, E. (2012): *Managing business process flows: Principles of operations management,* 3rd ed., Prentice Hall, New York, 26-33.

3 Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2013): *Fundamentals of business process management,* Springer, Berlin

4 Palmberg, K. (2009): Exploring process management: are there any widespread models and definitions? *The TQM Journal,* Volume 21(2), 204.

5 Davenport, T. H. (2013): Need radical innovation and continuous improvement? Integrate process reengineering, *Planning review,* Volume 21(3), 6-12.

informacija preko granica procesa, poboljšanja saradnje i razvoj komparativnih mera performansi procesa.[6] Cilj je odrediti transparentne i ujednačene procesne aktivnosti širom organizacije ili lanca vrednosti[7] kako bi se stvorio vremenski, troškovno i optimalno kvalitetan način postizanja cilja poslovnih procesa.[8]

Hamer i Stenton (engl. Hammer & Stanton) navode da ključno strukturno pitanje, u procesnom preduzeću, više nije centralizacija nasuprot decentralizaciji – to je standardizacija procesa nasuprot raznolikosti procesa. Glavni izazov tokom inicijativa za standardizaciju je pretvoriti postojeće varijante procesa u standardne operativne procedure koje su obavezne za sve aktere u organizaciji.[9]

Standardizacijom poslovnih procesa ostvaruju se različiti, konfliktni efekti. S jedne strane, BPS pozitivno utiče na različite dimenzije performansi procesa, poput vremena, troškova i kvaliteta. S druge strane, BPS uzrokuje ulaganja i može smanjiti sposobnost organizacije da zadovolji potrebe kupaca. Zbog značaja ali i navedenih izazova koji se postavljaju pred preduzeća kada odlučuju o standardizaciji svojih poslovnih procesa, BPS predstavlja važno istraživačko područje.

2. Standardizacija poslovnih procesa kao instrument BPM

Standardizacija poslovnih procesa je pristup koji se često razmatra za povećanje performansi poslovnih procesa i odnosi se na korišćenje standardnih delova i standardnih operativnih procedura za procesne aktivnosti, kojima se uklanjaju slobodno odlučivanje rukovaoca, nejasnoće i mogućnosti za greške.[10] Cilj standardizacije poslovnih procesa jeste da se procesne aktivnosti učine transparentnim i da se postigne jednoobraznost aktivnosti procesa kroz lanac vrednosti i izvan granica preduzeća.[11]

Standardizacija poslovnih procesa uključuje ciljno usmerenu homogenizaciju (npr. smanjivanje varijanti procesa) i ostvarivanje ekonomije obima za

6 Davenport, T. H. (2005): The coming commoditization of processes, *Harvard Business Review,* Volume 83(6), 100-108.

7 Wüllenweber, K., Beimborn, D., Weitzel, T., & König, W. (2008): The impact of process standardization on business process outsourcing success, *Information Systems Frontiers,* Volume 10(2), 213.

8 Münstermann, B., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2010): The performance impact of business process standardization: an empirical evaluation of the recruitment process, *Business Process Management Journal,* Volume 16(1), 30.

9 Lillrank, P., & Liukko, M. (2004): Standard, routine and non-routine processes in health care, *International Journal of Health Care Quality Assurance,* Volume 17(1), 41.

10 Anupindi, R., Chopra, S., Deshmukh, S. D., Van Mieghem, J. A. & Zemel, E., *Op. cit.,* 26-33.

11 Wüllenweber, K., Beimborn, D., Weitzel, T., & König, W. (2008): The impact of process standardization on business process outsourcing success, *Information Systems Frontiers,* Volume 10(2), 211-212.

grupisanje procesa.[12] BPS se pretežno konceptualizira kao objedinjavanje ili homogenizacija procesnih varijanti.[13] BPS znači razvoj standardnog procesa ili najbolje prakse koji će se koristiti kao obrazac za sve instance procesa u celoj organizaciji.[14]

Iz operativne perspektive, BPS podrazumeva usklađivanje varijanti procesa sa glavnim procesom, koji se takođe naziva i arhetipski, standardni ili bazni proces. Glavni proces može biti jednak postojećoj varijanti procesa, novo dizajnirani ciljni proces koji sadrži odabrane zadatke postojećih procesa, spoljni referentni proces ili spoljni postupak najbolje prakse, zatim može biti odabir najčešće korištene varijante, varijanta procesa s minimalnom prosečnom udaljenosti do drugih varijanti i dr.[15]

Iako standardizacija poslovnih procesa donosi niz benefita, postoje i dobri razlozi za održavanje neke varijabilnosti između poslovnih procesa. Ključni razlog za omogućavanje varijeteta procesa odnosi se na prednosti koje donosi mogućnost različitog postupanja sa različitim vrstama kupaca i u različitim kulturama, sledstveno tome lokalna varijacija procesa je neizbežna i potrebna.

Stoga su organizacije veoma zainteresovane u kojim kontekstima treba koristiti standardizovani glavni proces, a u kojim varijantu procesa specifičnu za taj kontekst. Između dve krajnosti – potpune standardizacije i potpune individualnosti – postoji mnoštvo alternativnih odluka, te prilikom određivanja odgovarajućeg nivoa BPS za svoje poslovne procese, organizacije treba da analiziraju efekte koje BPS ostvaruje na performanse procesa ali i karakteristike samog poslovnog procesa koji želi standardizovati, od čega umnogome, između ostalih kontekstualnih faktora, zavisi mogućnost i nivo standardizacije poslovnog procesa.

3. Metodologija istraživanja

Istraživački metod koji se primenjivao u radu jeste sistematska analiza literature iz domena standardizacije poslovnih procesa. Cilj sistematske analize literature je utvrđivanje dominantnih stavova iz predmeta istraživanja rada. Istraživački pristup koji je primenjivan u radu uključuje tri glavne faze: (1) planiranje

[12] Laumer, S., Maier, C., & Eckhardt, A. (2015): The impact of business process management and applicant tracking systems on recruiting process performance: an empirical study, *Journal of Business Economics,* Volume 85(4), 428.

[13] Beimborn, D., Gleisner, F., Joachim, N., & Hackethal, A. (2009): The role of process standardization in achieving IT business value. In: *42nd Hawaii international conference on system sciences*, 1-10.

[14] Tregear, R., Business process standardization. In: vom Brocke, J., Rosemann, M. (2015):*Handbook on business process management 2*, Springer Heidelberg, 422.

[15] Reichert, M., Hallerbach, A. & Bauer, T. (2015): Lifecycle management of business process variants. In: Vom Brocke J., Rosemann M. (eds.) *Handbook on Business Process Management 1*, Springer, Berlin, 251–278.

analize, (2) sprovođenje analize i (3) izveštavanje o rezultatima analize; a proces sistematske analize literature sproveden je prema uputstvu. U nastavku rada opisane su navedene faze procesa sistematske analize literature.

3.1. Planiranje analize

Sistematska analiza literature primenjivana je kako bi se sumirale postojeće informacije o predmetu istraživanja a da se istovremeno izbegne sprovođenje analize literature prema slobodnom nahođenju i očekivanjima istraživača. Kako bi se navedeno realizovalo, potrebno je definisanje istraživačkog protokola, koji sadrži sledeće elemente:

- Cilj istraživanja;
- Istraživačka pitanja koja će se pregledom literature otkloniti;
- Strategija za pretragu studija, koja uključuje definisanje termina za pretragu i definisanje baza podataka;
- Kriterijumi za odabir naučnog materijala koji podrazumevaju definisanje kriterijuma za uključivanje ili isključivanje naučnog materijala iz sistematskog pregleda;
- Kriterijumi za procenu kvaliteta naučnog materijala;
- Strategija ekstrahovanja podataka;
- Strategija sinteze ekstrahovanih podataka.

Cilj istraživanja jeste pregled postojećih empirijskih istraživanja koja se odnose na standardizaciju poslovnih procesa, kako bi se utvrdilo da li je i u kojoj meri opravdano vršiti standardizaciju poslovnog procesa. Realizacija definisanog cilja istraživanja ostvariće se davanjem odgovora na sledeća istraživačka pitanja:

IP_1: Koji su rezultati postojećih empirijskih istraživanja u pogledu efekata standardizacije poslovnih procesa na performanse procesa?

IP_2: Da li karakteristike poslovnog procesa utiču na mogućnost i nivo standardizacije poslovnog procesa?

Definisanje strategije pretrage odnosi se na definisanje termina pretrage i određivanje izvora pretrage, to jest elektronskih baza podataka, kako bi se obuhvatio samo onaj naučni materijal koji je od značaja za otklanjanje navedenih istraživačkih pitanja i predstavlja primarne studije. Paralelno sa sprovođenjem evaluacije primarnih studija vršena je i sekundarna pretraga naučnog materijala, po referencama relevantnih primarnih studija. Za sistematski pregled literature korišćen je servis Konzorcijuma biblioteka Srbije za objedinjenu nabavku (u daljem tekstu KoBSON). U pretragu su bile uvrštene sve elektronske baze podataka čiji sadržaj je dostupan na KoBSON-u. Ključni termini prema kojima je vršena pretraga su sledeći: „business processes standardization"/„business

process"/process standardization". Sledi definisanje kriterijuma za uključivanje odnosno kriterijuma za isključivanje naučnog materijala iz analize literature.

Kriterijumi uključivanja:
- Naučni materijal koji zadovoljava definisane ključne reči pretrage ili u naslovu ili u apstraktu;
- Naučni materijal napisan na engleskom jeziku;
- Pretraga naučnog materijala nije ograničena vremenskom dimenzijom.

Kriterijumi isključivanja:
- Naučni materijal koji nije dostupan u punoj verziji za čitanje;
- Naučni materijal koji u fokusu ima IT pristup u analizi standardizacije poslovnih procesa bez analize efekatastandardizacije na učinak poslovnih procesa/Radovi koji u istraživanju ne analiziraju poslovne procese sa aspekta mogućnosti standardizacije.

Nakon definisanih kriterijuma za uključivanje/isključivanje naučnog materijala iz dalje analize literature potrebno je izvršiti evaluaciju kvaliteta preostalog naučnog materijala. Definisani kriterijumi za procenu kvaliteta naučnog materijala su sledeći:
- naučni i stručni radovi objavljeni u naučnim časopisima i zbornicima radova sa konferencija;
- naučni i stručni radovi u kojima se navode jasni podaci o rezultatima istraživanja;
- naučni i stručni radovi koji su značajni za praksu ili istraživanje.

Proces ekstrahovanja podataka podrazumeva višestruko iščitavanje relevantnih radova i identifikovanje informacija koje su bitne za otklanjanje navedenih istraživačkih pitanja. Strategija sinteze podataka podrazumeva prikupljanje, povezivanje, kompariranje i sumiranje rezultata uključenih studija.

3.2. Sprovođenje analize literature

Nakon faze planiranja analize, kada su definisani cilj analize i istraživački protokol, sledi faza sprovođenja analize, koja uključuje:
- pretragu naučnog materijala;
- odabir naučnog materijala;
- procenu kvaliteta naučnog materijala;
- ekstrahovanje podataka;
- sintezu podataka.

Prvi korak u okviru faze sprovođenja analize literature jeste pretraga naučnog materijala prema definisanim ključnim rečima u okviru elektronskih baza podataka. Broj ukupnih pogodaka za sve dostupne elektronske baze podataka na osnovu definisanih ključnih reči pretrage iznosio je **2144.** Nakon što je potencijalno relevantan naučni materijal prikupljen, sledi procena njegove relevantnosti, na osnovu primene kriterijuma za uključivanje odnosno isključivanje naučnog materijala iz dalje analize. Primenom definisanih kriterijuma za uključivanje radova u dalju analizu broj ukupnih pogodaka iznosio je **128**, dok je od tog broja nakon primene kriterijuma za isključivanje preostalo **47** radova. Nakon isključivanja naučnog materijala koji ne zadovoljava definisane kriterijume, utvrđeni su i eliminisani duplikati radova, te je nad preostalim naučnim materijalom sprovedena detaljna analiza. Detaljna analiza odnosi se na procenu „kvaliteta" naučnog materijala i podrazumevala je višekratno iščitavanje naučnog materijala u celosti i primenu utvrđenih kriterijuma za procenu kvaliteta naučnog materijala. Nakon primene kriterijuma za procenu kvaliteta preostalo je ukupno **6** relevantnih radova, odnosno onih koji su bili povezani sa definisanim istraživačkim pitanjima. Na osnovu sekundarne pretrage prema referencama relevantnih radova, nakon procene njihovog kvaliteta identifikovano je još 5 radova relevantnih za istraživanje.

Proces ekstrahovanja podataka podrazumevao je prikupljanje svih informacija koje su bile potrebne za otklanjanje definisanih istraživačkih pitanja i koje su zadovoljavale definisane kriterijume kvaliteta. Sinteza podataka realizovana je povezivanjem, kompariranjem i sumiranjem rezultata uključenih studija. Faza izveštavanja o rezultatima sprovedene analize odnosi se na davanje odgovora na postavljena istraživačka pitanja opisom dobijenih rezultata u okviru naredne tačke.

4. Rezultati istraživanja

Efikasnost poslovnih procesa može se sagledati kroz analizu učinaka poslovnih procesa. Standardizacijom poslovnih procesa ostvaruju se različiti efekti na mere učinaka poslovnih procesa, koje je potrebno sveobuhvatno razmatrati prilikom donošenja odluke o standardizaciji određenog poslovnog procesa.

Standardizacija poslovnih procesa ima pozitivne i negativne efekte na performanse procesa. BPS pozitivno utiče na dimenzije performansi kvalitet, vreme i troškove, a negativno utiče na fleksibilnost. Budući da BPS ostvaruje različite efekte na pojedine dimenzije performansi procesa, jedno od ključnih pitanja pri standardizaciji poslovnih procesa jeste kako odrediti ekonomski odgovarajući nivo BPS za poslovni proces. Efekti standardizacije poslovnih procesa na performanse procesa mogu se proceniti korišćenjem tzv. „Đavoljeg četvorougla". Đavolji četvorougao predstavlja multidimenzionalni okvir koji obuhvata vreme,

troškove, kvalitet i fleksibilnost[16], a ime je dobio po tome što poboljšavanje jedne dimenzije ima negativan efekat bar na jednu drugu dimenziju,[17] stoga prilikom redizajna procesa treba imati u vidu moguće sukobe te ostvariti kompromis između navedenih dimenzija učinka.

Mjusterman (nem. Münstermann) i saradnici su u svom radu analizirali uticaj standardizacije procesa na performanse procesa - ilustrovano korišćenjem procesa regrutacije zaposlenih na uzorku od 156 kompanija. Rezultati njihovog istraživanja su među prvima koji sistematski i empirijski pokazuju da postoji značajan pozitivan uticaj standardizacije procesa na performanse procesa, odnosno da BPS ima značajan uticaj na vreme, troškove a naročito na kvalitet.[18]

Laumer (nem. Laumer) i saradnici su u svom empirijskom istraživanju, sprovedenom na 131 nemačkoj kompaniji, koje su među 1000 najvećih nemačkih kompanija, ispitivali efekte pojedinačnih komponenti BPM-a na različite dimenzije performansi u procesu regrutovanja. Za predmet istraživanja ovog rada bilo je interesantno sagledati efekte BPS na performanse procesa, koje su pomenuti autori utvrdili. Autori su pretpostavili da što je veći stepen standardizacije poslovnih procesa, to je bolji učinak procesa regrutovanja. Rezultati sprovedenog istraživanja pokazuju da je među mogućim efektima BPS na različite dimenzije performansi u procesu regrutovanja, identifikovan značajan uticaj standardizacije poslovnih procesa na zadovoljstvo stejkholdera procesa regrutovanja. Kod ostalih posmatranih varijabli (troškovi, vreme i kvalitet) nije utvrđen značajan uticaj standardizacije poslovnih procesa.[19]

Mjusterman i saradnici su u studiji istraživali kako standardizacija poslovnih procesa može da dovede do pozitivnog uticaja na performanse poslovnih procesa. Autori su došli do rezultata koji ukazuju da je analizirana kompanija, koja ima globalno poslovanje, standardizacijom procesa zapošljavanja ostvarila poboljšanja u svim dimenzijama performansi procesa a koje se odnose na: skraćivanje vreme potrebnog za realizaciju procesa, snižavanje ukupnih troškova procesa regrutovanja za oko 30%, poboljšanje kvaliteta podataka podnosioca prijave u procesu regrutovanja koji se razmatra, povećanje transparentnost i veća jasnoća procesa zapošljavanja, te značajno smanjenje administrativnih troškova unutar odeljenja za ljudske resurse.[20]

---

16 Dumas et al. (2013) y: Afflerbach et al., (2016): An economic decision model for determining the appropriate level of business process standardization. *Business Research,* 9(2), 340.

17 Reijers & Liman Mansar, 2005 y: Afflerbach et al., (2016). An economic decision model for determining the appropriate level of business process standardization. *Business Research,* 9(2), 341.

18 Münstermann, B., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2010a): The performance impact of business process standardization: an empirical evaluation of the recruitment process. *Business Process Management Journal,* 16(1), 29-56.

19 Laumer, S., Maier, C. & Eckhardt, A. (2015): The impact of business process management and applicant tracking systems on recruiting process performance: an empirical study, *Journal of Business Economics,* 85(4), 421-453.

20 Münstermann, B., von Stetten, A., Laumer, S., & Eckhardt, A. (2010b): The performance impact of business process standardization: HR case study insights, *Management Research*

Hemer i Stenton (engl. Hammer & Stanton) kao prednosti procesa standardizacije ističu smanjenje režijskih i transakcionih troškova, te navode da standardizacija procesa može povećati organizacionu fleksibilnost. S obzirom da je prethodno navedeno da se standardizacijom procesa negativno utiče na fleksibilnost procesa, potrebno je napraviti distinkciju između tipova fleksibilnosti, kako bi se doprinelo razumevanju ovih, naizgled možda kontradiktornih tvrdnji.[21]

Fleksibilnost procesa je sposobnost procesa da se nosi sa kontekstualnim promenama prilagođavanjem njegove strukture i ponašanja na način koji je usmeren na cilj.[22] Iz operativne perspektive, fleksibilnost procesa deli se na funkcionalnu fleksibilnost i fleksibilnost obima.[23] Fleksibilnost obima omogućava povećanje ili smanjenje količine autputa procesa iznad ili ispod instaliranog kapaciteta,[24] dok funkcionalna fleksibilnost omogućava isporuku raznolikosti autputa koju zahtevaju kupci organizacije.[25] Stoga je funkcionalna fleksibilnost mnogo bliža BPS-u onako kako je zamišljena iz perspektive redukcije raznolikosti, gde varijante procesa i usklađivanje varijanti sa glavnim procesom igraju centralnu ulogu. Dok, Hemer i Stenton u navedenom radu fleksibilnost posmatraju sa organizacionog stanovišta, te ističu da standardizacija procesa može povećati organizacijsku fleksibilnost u smislu da kada sve poslovne jedinice obavljaju postupak na isti način, kompanija može lako da preusmeri ljude iz jedne jedinice u drugu kako bi reagovala na promene u potražnji.

Negativna strana BPS-a je što prateća standardizacija autputa može umanjiti funkcionalnu fleksibilnost procesa. To jest, proces možda više neće biti u mogućnosti da u potpunosti udovolji varijetetu autputa koji zahtevaju kupci organizacije, te BPS može uticati na smanjenje potražnje. Individualnost stvara vrednost za kupce, koja možda nije dostupna za visoko standardizovane procese. Standardizaciju autputa je glavni razlog za negativni efekat neuspeh BPS-a na funkcionalnu fleksibilnost procesa.[26]

U skladu sa navedenim pozitivnim i negativnim efektima koje standardizacija poslovnih procesa ima na njihov učinak, značajno je istaći predloge autora za određivanje optimalnog nivoa BPS-a.

Aflerbah (engl. Afflerbach) i saradnici su konstruisali model odlučivanja na osnovu kojeg je za planirani period moguće utvrditi optimalan nivo BPS-a.

Review, 33(9), 924-939.

21 Hammer, M. & Stanton, S. (1999): How process enterprises really work, *Harvard Business Review,* 77(6), 108–120.

22 Wagner et al., 2011 y: Afflerbach et al., (2016). An economic decision model for determining the appropriate level of business process standardization. *Business Research*, 9(2), 342.

23 Afflerbach et al., 2014 y: Afflerbach et al., *Op.cit.*, 342.

24 Goyal & Netessine, 2011 y: Afflerbach et al., *Op.cit.*, 342.

25 Anupindi et al., 2012 y: Afflerbach et al., *Op.cit.*, 342.

26 Hall, J. M. & Johnson, M. E. (2009): When should a process be art, not science? *Harvard Business Review,* 87(3), 58–65.

Uzimajući u obzir delimično konfliktne efekte BPS-a na performanse procesa, autori navode da se optimalan nivo BPS-a postiže kada se smanjenje potražnje koje je posledica smanjene fleksibilnosti procesa nadoknadi većim trendom potražnje zbog boljeg kvaliteta i vremena. Pored toga, optimalan nivo BPS jeste onaj na kojem su ulaganja u BPS nadmašena većim maržama profita, koje su posledica efekata iskustva.[27]

Pored navedenog modela Hemer i Stenton u navedenom radu, navode svoje pravilo za određivanje optimalnog nivoa BPS-a, savetujući organizacije da standardizuju svoje procese što je više moguće, ali isključivo do nivoa na kojem BPS neće ometati sposobnost organizacije da zadovolji različite potrebe kupaca.

5. Uticaj karakteristika poslovnog procesa na BPS

Priroda i karakteristike pojedinog poslovnog procesa omogućavaju svrstavanje u jednu od tri vrste: standardne, rutinske i nerutinske.[28] Glavna razlika između tipova je u tome što svaki od njih pripada drugom nivou složenosti poslovnog procesa: standardni proces predstavlja najniži stepen složenosti, dok nerutinski proces pokazuje najviši nivo.

Napori na povećanju organizacione efikasnosti korišćenjem tehnika standardizacije i kvaliteta su uspešni u ponavljajućim proizvodnim i administrativnim procesima, ali manje kada se radi o nerutinskim procesima tipičnim za profesionalne organizacije.[29] Slično nalazimo i kod Rozenkranca (engl. Rosenkranz) i saradnika koji navode da generalno nerutinski (pod)procesi nisi podložni standardizaciji. Razlog je u tome što različiti delovi procesa moraju biti otvoreni za kreativno donošenje odluka. Postoje i nestrukturirani, nemerljivi i neponovljivi procesi koji mogu dovesti do niskog nivoa standardizacije i koje je nemoguće dokumentovati i modelirati kao proces.[30] Iako se čini da je standardizacija idealan tip za postizanje kontrole i ekonomske efikasnosti, standardizacija međutim nije izvediva ako su varijacije i raznolikosti okruženja velike i ne mogu se smanjiti.[31]

Brojni faktori na različitim nivoima analize determinišu mogućnost i nivo standardizacije poslovnih procesa. Kada se posmatra organizacioni nivo,

[27] Afflerbach, P., Bolsinger, M., & Röglinger, M. (2016): An economic decision model for determining the appropriate level of business process standardization. *Business Research*, 9(2), 335-375.

[28] Lillrank, P. (2003): The quality of standard, routine and nonroutine processes. *Organization Studies* 24(2), 225.

[29] *Ibid.*

[30] Rosenkranz, C., Seidel, S., Mendling, J., Schaefermeyer, M., & Recker, J. (2009): Towards a framework for business process standardization, In *International Conference on Business Process Management* (pp. 53-63), Springer, Berlin, Heidelberg.

[31] Lillrank, P. (2003): *Op. cit.,* 225.

mogući kontekstualni faktori su obim standardizacije poslovnih procesa, sredstva kojima se podržava i upravlja inicijativom za standardizaciju ili organizaciona kultura. Mogući faktori na individualnom nivou su otpornost na prenos znanja ili otpornost na promene. Osim navedenog, različiti faktori iz okruženja mogu imati uticaja, npr. ekonomski uslovi, konkurentnost industrije, politički i pravni faktori.[32]

Kada se posmatra nivo procesa, naročit značaj imaju karakteristike koje su svojstvene procesu i koje određuju kompleksnost (složenost) poslovnog procesa. Kompleksnost poslovnog procesa jeste jedan od najbitnijih faktora pri odlučivanju o standardizaciji poslovnog procesa koji determiniše da li je standardizacija uopšte moguća i nivo standardizacije koji je moguć, kako bi se izbegla neefikasnost u smislu rasipanja resursa. Unapređenje i upravljanje procesom treba prilagoditi vrsti procesa.[33] Složenost poslovnog procesa je funkcija broja i raznovrsnosti svih aktivnosti koje formiraju poslovni proces, njihove međusobne veze i dinamike.[34] Velika složenost poslovnih procesa otežava uspostavljanje pravila, standardnih operativnih postupaka i odgovora na potencijalne probleme.[35] S povećanjem složenosti poslovnih procesa, postaje sve teže i skuplje standardizovati poslovne procese,[36] a gotovo je nemoguće unapred definisati sve moguće tokove rada. Iako je standardizacija uspešna u ponavljajućim procesima u kontrolisanim uslovima, ona ima manji značaj u upravljanju procesima koji su sami po sebi nejasni.[37]

Šafermejer (nem. Schäfermeyer) i saradnici su analizirali odnose između napora na standardizaciji (napori na standardizaciji definišu se kao suma utrošenih resursa, npr. vremena, ljudi ili novca kako bi se standardizovao poslovni proces unutar organizacije),[38] složenosti poslovnih procesa i standardizacije poslovnih procesa. Autori su na osnovu ankete sprovedene među 255 eksperata za upravljanje poslovnim procesima testirali hipoteze da je veća složenost poslovnog procesa povezana s većim naporima na standardizaciji i nižoj standardizaciji poslovnih

[32] Више у: Schäfermeyer, M., Rosenkranz, C., & Holten, R. (2012): The impact of business process complexity on business process standardization, *Business & Information Systems Engineering,* 4(5), 261-270.

[33] Lillrank, P. (2003): *Op. cit.,* 225.

[34] Karimi et al., 2007; Lillrank, 2003; Mani et al., 2010 у: Schäfermeyer et al. (2012): The impact of business process complexity on business process standardization, *Business & Information Systems Engineering,* 4(5), 261-270.

[35] Daft & Macintosh, 1981; Mani et al., 2010 у: Schäfermeyer et al., (2012): The impact of business process complexity on business process standardization, *Business & Information Systems Engineering,* 4(5), 261-270.

[36] Rosenkranz, C., Seidel, S., Mendling, J., Schaefermeyer, M., & Recker, J. (2009): *Op. cit.*

[37] Lillrank, P. (2003): *Op. cit.,* 226.

[38] Lee & Tang, (1997); Mutschler & Reichert (2012) у: Schäfermeyer et al. (2012): The impact of business process complexity on business process standardization, *Business & Information Systems Engineering,* 4(5), 262.

procesa kao i da je veći napor u standardizaciji povezan sa većom standardizacijom poslovnih procesa. Na osnovu nalaza iz ankete autori su došli do zaključka da je složenost poslovnih procesa važan pokretač napora na standardizaciji i da složenost poslovnih procesa ograničava standardizaciju poslovnih procesa. Štaviše, autori navode da veći napori na standardizaciji ne mogu nadoknaditi veću složenost poslovnih procesa kako bi se osigurala standardizacija poslovnih procesa, čime umnogome doprinose razumevanju uticaja složenosti poslovnih procesa na standardizaciju poslovnih procesa i napora na standardizaciji.

Navedeno ukazuje da što poslovni proces postane složeniji, to se manje može i standardizovati. Složenost poslovnog procesa ima značajan i pozitivan uticaj na standardizacijski napor, što znači da što je veća složenost poslovnog procesa, to je veći napor uložen u pokušaj standardizacije, što ne mora nužno biti uspešno, odnosno rezultirati u standardizovani proces. Ujedno najvažniji i iznenađujući nalaz do kojeg su autori došli je da napori na standardizaciji ne utiču na standardizaciju poslovnih procesa, te zaključuju da se vrlo složeni poslovni procesi jednostavno ne mogu standardizovati, bez obzira na uloženi trud.

Šafermejer i Rozenkranc predlažu istraživački model koji može doprineti uspešnoj i efikasnoj standardizaciji procesa, oni navode da je složenost procesa kao moderator glavna promenljiva koju menadžeri procesa treba da uzmu u obzir prilikom odlučivanja na koje procese bi trebalo da se usredsrede njihovi napori na standardizaciji, te da se razvoj merne skale za konstrukciju složenosti procesa može posmatrati kao obećavajući korak ka instrumentu koji menadžerima procesa može omogućiti da procene složenost bilo kojeg poslovnog procesa, što u krajnjem može doprineti donošenju ekonomične odluke i sprečiti organizacije da troše resurse kroz uzaludne pokušaje da se standardizuju gotovo svi poslovni procesi, čak i složeni nerutinski. Međutim složeni procesi često mogu biti kombinacija podprocesa koji su standardni, rutinski ili nerutinski, te umesto pokušaja da se upravlja celokupnim poslovnim procesom kao da je jednog tipa, potrebno je sagledati da li i koji delovi složenog poslovnog procesa mogu biti standardizovani.[39]

Rozenkranc i saradnici su kroz svoju studiju slučaja zaključili da i oni procesi koji su nerutinski, ili čak kreativni, mogu sadržati delove koji u stvari mogu postati predmet standardizacije procesa, te navode da procesni analitičari treba da utvrde da li je proces u celini podložan standardizaciji ili pak samo podprocesi mogu biti predmet standardizacije. Na primer, poslovni procesi koji uključuju kreativnost nisu samo kreativni ili nekreativni, već često kombinuju kreativne delove (to jest „džepove kreativnosti" koji se ne mogu standardizovati) kao i nekreativne delove, to jest koji se mogu standardizovati, te se i kod kreativno-intenzivnih procesa, razdvajanjem na nestrukturirane, kreativne podprocesa i strukturirane, rutinske podprocese, koji se mogu standardizovati, može povećati efikasnost ovih poslovnih procesa.

[39] Lillrank, P. (2003): *Op. cit.*, 225.

6. Zaključak

Standardizacija poslovnih procesa predstavlja instrument BPM-a kojim organizacije mogu unaprediti efikasnost svojih poslovnih procesa. Efikasnost poslovnog procesa može se sagledati kroz analizu učinaka poslovnog procesa. Standardizacijom poslovnog procesa ostvaruju se pozitivni i negativni efekti na učinak procesa. Pozitivni efekti koji standardizacija poslovnog procesa ostvaruje na učinak procesa su snižavanje troškova, poboljšanje kvaliteta, skraćivanje vremena ciklusa proizvodnje, povećanje zadovoljstva stejkholdera procesa. Najznačajniji negativan efekat standardizacije poslovnog procesa jeste smanjenje funkcionalne fleksibilnosti procesa, što u krajnjem može uzrokovati smanjenje potražnje zbog nemogućnosti organizacije da udovolji varijetetu autputa koji zahtevaju kupci. Individualnost stvara vrednost za kupce koja možda nije dostupna u visokostandardizovanim procesima. Stoga je prilikom utvrđivanja optimalnog nivoa standardizacije određenog poslovnog procesa neophodno sagledati sve efekte koji se standardizacijom poslovnog procesa ostvaruju na njegov učinak, te standardizovati poslovni proces u meri u kojoj to neće ometati sposobnost organizacije da zadovolji različite potrebe kupaca, odnosno do nivoa na kojem povećanje potražnje zbog boljeg kvaliteta i kraćeg vremena ciklusa proizvodnje prevazilazi smanjenje potražnje zbog smanjenja funkcionalne fleksibilnosti procesa.

Pored sagledavanja različitih efekata koji BPS realizuje na učinak poslovnog procesa, prilikom donošenja odluke o mogućnosti i nivou standardizacije određenog poslovnog procesa potrebno je analizirati karakteristike konkretnog poslovnog procesa. Kompleksnost poslovnog procesa jeste jedan od ključnih faktora (na nivou procesa) koji determiniše mogućnost i nivo standardizacije. Što je poslovni proces kompleksniji manje se može standardizovati i zahteva ulaganje većeg napora (veću sumu utrošenih resursa) u pokušaj standardizacije, što u krajnjem ne mora nužno biti uspešno, odnosno rezultirati u standardizovani proces.

Zaključak je da se veoma kompleksni poslovni procesi jednostavno ne mogu standardizovati u celini. Međutim, umesto pokušaja da se veoma kompleksan poslovni proces standardizuje u celini, što bi izazvalo prekomerno trošenje (rasipanje) resursa (i ne nužno bilo uspešno) potrebno je sagledati da li i koji delovi (podprocesi) složenog procesa mogu biti standardizovani, te standardizacijom identifikovanih podprocesa može se doprineti povećanju efikasnosti ovih poslovnih procesa u celini.

Kako zbog konfliktnih efekata koji se standardizacijom poslovnog procesa ostvaruju na njegov učinak, prilikom donošenja odluke o standardizaciji određenog poslovnog procesa potrebno je celokupno sagledavanje efekata koje se ostvaruju standardizacijom poslovnog procesa na različite dimenzije učinka procesa ali je nužan individualan pristup konkretnom procesu i zbog činjenice da obim u kojem se poslovni procesi mogu standardizirati zavisi prevashodno od karakte-

ristika, odnosno kompleksnosti procesa koji se želi standardizovati. Sagledavanje neophodnih ulaganja u proces standardizacije poslovnog procesa, koja su determinisana njegovom kompleksnošću i efekata koji se ostvaruju standardizacijom procesa, može doprineti donošenju ekonomične odluke, odnosno pomoći organizaciji da utvrdi optimalni nivo standardizacije za svoje poslovne procese.

Literatura

- Afflerbach, P., Bolsinger, M., & Röglinger, M. (2016): An economic decision model for determining the appropriate level of business process standardization. *Business Research*, 9(2), 335-375.
- Afflerbach, P., Kastner, G., Krause, F. & Röglinger, M. (2014): The business value of process flexibility. *Business & Information Systems Engineering* 6(4), 203–214.
- Anupindi, R., Chopra, S., Deshmukh, S. D., Van Mieghem, J. A. & Zemel, E. (2006): *Managing business process flows: principles of operations management, 2nd ed.* Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Anupindi, R., Chopra, S. Deshmukh, S. D., Van Mieghem, J. A. & Zemel, E. (2012): *Managing business process flows: Principles of operations management, 3rd ed.* New York: Prentice Hall.
- Beimborn, D., Gleisner, F., Joachim, N., & Hackethal, A. (2009): The role of process standardization in achieving IT business value. In: *42nd Hawaii international conference on system sciences,* 1-10.
- Daft, R. L. & Macintosh, N. B. (1981): A tentative exploration into the amount and equivocality of information processing in organizational work units. *Administrative Science Quarterly,* 26(2), 207–224.
- Davenport, T. H. (1993): Need radical innovation and continuous improvement? Integrate process reengineering and TQM. *Planning review,* 21(3), 6-12.
- Davenport, T. H. (2005): The coming commoditization of processes. *Harvard Business Review,* 83(6), 100-108.
- De Vries, H. J., Slob, F. J. & Zuid-Holland, V. G. (2006): Best practice in company standardization. *International Journal of IT Standards and Standardization Research,* 4(1), 62–85.
- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J. & Reijers, H. A. (2013): *Fundamentals of business process management*, Springer, Berlin, Heidelberg.
- Goyal, M., & Netessine, S. (2011): Volume flexibility, product flexibility, or both: The role of demand correlation and product substitution. *Manufacturing and Service Operations Management,* 13(2), 180–193.
- Hall, J. M. & Johnson, M. E. (2009): When should a process be art, not science? *Harvard Business Review,* 87(3), 58–65.

- Hammer, M. & Stanton, S. (1999): How process enterprises really work. *Harvard Business Review,* 77(6), 108–120.
- Hammer, M. (2015): What is a Business Process Management? In: Vom Brocke J., Rosemann M. (eds.) *Handbook on Business Process Management 1,* Springer, Berlin, 3–16.
- Karimi, J., Somers, T. M. & Bhattacherjee, A. (2007): The impact of ERP implementation on business process outcomes: a factor-based study. *Journal of Management Information Systems,* 24(1), 101–134.
- Kitchenham, B. (2004): Procedures for performing systematic reviews. *Keele, UK, Keele University*, 33, 1-26.
- Laumer, S., Maier, C. & Eckhardt, A. (2015): The impact of business process management and applicant tracking systems on recruiting process performance: an empirical study. *Journal of Business Economics,* 85(4), 421-453.
- Lee, H. L. & Tang, C. S. (1997): Modelling the costs and benefits of delayed product differentiation. *Management Science* 43(1), 40–53.
- Lillrank, P. (2003): The quality of standard, routine and nonroutine processes. *Organization Studies,* 24(2), 215–233.
- Lillrank, P., & Liukko, M. (2004): Standard, routine and non-routine processes in health care. *International Journal of Health Care Quality Assurance,* 17(1), 39–46.
- Mani, D., Barua, A., & Whinston, A.B. (2010): An empirical analysis of the impact of information capabilities design on business process outsourcing performance. *Management Information Systems Quarterly,* 34(1), 39–62.
- Münstermann, B., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2010a): The performance impact of business process standardization: an empirical evaluation of the recruitment process, *Business Process Management Journal,* 16(1), 29–56.
- Münstermann, B., von Stetten, A., Laumer, S., & Eckhardt, A. (2010b): The performance impact of business process standardization: HR case study insights, *Management Research Review*, 33(9), 924-939.
- Mutschler, B., & Reichert, M. (2012): Understanding the costs of business process management technology. In: Glykas, M. (ed) *Advances in business process management*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Palmberg, K. (2009): Exploring process management: are there any widespread models and definitions? *The TQM Journal*, 21(2), 203-215.
- Pentland, B. T. (2003): Sequential variety in work processes. *Organization Science*, 14(5), 528-540.
- Reichert, M., Hallerbach, A. & Bauer, T. (2015): Lifecycle management of business process variants. In: Vom Brocke J., Rosemann M. (eds.) *Handbook on Business Process Management,* 1, Springer, Berlin, 251–278.
- Reijers, H. A., & Mansar, S. L. (2005): Best practices in business process redesign: an overview and qualitative evaluation of successful redesign heuristics. *Omega*, 33(4), 283-306.

- Rosenkranz, C., Seidel, S., Mendling, J., Schaefermeyer, M., & Recker, J. (2009): Towards a framework for business process standardization, In *International Conference on Business Process Management* (pp. 53-63), Springer, Berlin, Heidelberg.
- Schäfermeyer, M., & Rosenkranz, C. (2011): To standardize or not to standardize? – Understanding the effect of business process complexity on business process standardization, In: *Proceedings of the 19th European conference on information systems (ECIS 2011)*, Helsinki.
- Schäfermeyer, M., Rosenkranz, C., & Holten, R. (2012): The impact of business process complexity on business process standardization, *Business & Information Systems Engineering*, 4(5), 261-270.
- Tregear, R. (2015): Business process standardization, In: vom Brocke J., Rosemann M. (eds) *Handbook on business process management 2*, Springer, Heidelberg, 421–441.
- Wagner, D., Suchan, C., Leunig, B., & Frank, J. (2011): Towards the analysis of information systems flexibility: proposition of a method, In *Proceedings of the 10th International Conference on Wirtschaftsinformatik* (pp. 808-817).
- Wüllenweber, K., Beimborn, D., Weitzel, T., & König, W. (2008): The impact of process standardization on business process outsourcing success, *Information Systems Frontiers*, 10(2), 211-224.

Aleksandra V. Stoiljković
Slavica A. Tomić
Nenad V. Kovačević

UDC 005.4:006.027
005.336.1:005.74

DOI: 10.5937/MegRev2201017S
Original scientific paper
Received 17.03.2022.
Approved 19.03.2022.

STANDARDIZATION OF BUSINESS PROCESS IN FUNCTION OF ITS EFFICIENCY

Summary: *Business process standardization is the activity of combining different variants of related business processes with the aim of homogenizing similar business processes in an organization to ensure that if an organization performs the same activities in different places, it does so in the same way. The central problem of this research is related to the analysis of the impact of business process standardization on its efficiency. The aim of the research is to determine whether and to what extent it is justified to standardize the business process. The realization of the defined research goal will be achieved by answering the following research questions: What are the results of existing research in terms of the effects of business process standardization on process performance? Do the characteristics of the business process affect the possibility and level of standardization of the business process? Systematic analysis of the literature has identified a number of positive effects that the standardization of the business process has on the performance of the process: reducing costs, improving quality, shortening the production cycle time, increasing the satisfaction of process stakeholders. However, in addition to the stated benefits, Business Process Standardization also has a negative effect on the functional flexibility of the process. Standardization of output reduces the ability of the organization to fully meet the variety of output required by customers, which can affect the reduction of demand.*

Keywords: *business process standardization, business process, process standardization.*

Žarko Đorić*

UDC 330:17
174

DOI: 10.5937/MegRev2201035D
Review scientific article
Received 07.09.2020.
Approved 09.09.2020.

THEORETICAL AND EMPIRICAL ASPECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MORALITY AND ECONOMY

Abstract. *That economics is devoid of any moral, ideological, or theological philosophy is a widespread view among major economists in recent times. In relation to issues of a moral nature, modern economics is focused on key postulates such as rational calculation, scientific neutrality and basic material goals. In connection with the aforementioned gap, which is deepening, the primary goal of the paper is to point out the need to establish a new alliance between economics and morality (ethics) as a specific value criterion, all in order to better understand the complex nature of human reality and contributing to more effective and constructive solutions to economic problems. In doing so, one bears in mind the fact that attempts to portray the economy as morally neutral have largely ended in failure, or with little success.*

Keywords: *morality, history of economic thought, inequality, moral hazard, post-crisis values*

* Student of Doctoral Studies, Faculty of Economics, University of Niš, Srbija; zdjoric82@gmail.com

INTRODUCTION

From the pre-classical and classical economics to the present day, within key discussions of economic goals and economic performance, there is a predominant tension between what is useful and practical (in economic, quantitative terms) and what is essentially good (in the moral-ethical, qualitative sense). Despite the abstraction of the moral dimension from the analysis and research of the economic sphere of social life, which is the main feature of orthodox approaches and mainstream analysis, in reality it almost always comes to the fore when it comes to economic relations, practice, opinion and structures.

The dichotomy of economics over moral characteristics and traits can be attributed to two main reasons.[1] First, in the study of economic phenomena, all under the strong influence of the natural sciences, there is an intensive use of mathematical methods and models. Secondly, the very adoption of the positivist direction within economics has pushed moral issues out of it. Namely, in contrast to the normative economy, which deals with value judgments regarding the type of economic policies that need to be implemented, the positivist economy concerns the direct functioning of economic systems. In other words, within normative economic theory, the key question "what economic reality should be" is raised, while positivist economic theory is interested in "what that reality really is", without respect for value judgments. According to the previous, as a kind of imperative in order to overcome one-sidedness, bearing in mind that positivist economic theory is based on the limited concept of rationality "homo economicus," normative economic theory, which has its roots in "ethical" sources of today's modern economy, must be reaffirmed and gained more important place as it belongs to her."Only in the agreement of positivist and normative economic theories is there a solution to a more humane equilibration of globalized economic flows."[2]

There is no doubt that, since they are firmly rooted in itself, values in economics cannot and must not be bypassed, and what is required of the individual is the empowerment of moral forces, the promotion of public spirit, the pursuit of pluralism and voluntariness, the pedestal of human dignity, encouraging creativity, and affirming the concept of self-realization.[3] What is indisputable, as a kind of cognitive shortcut, moral raises our ability to evaluate the actions taken according to predetermined norms and adopted rules, and thus makes our actions and the actions of others more predictable[4].

---

1 Alvey E. James (1999): *An Introduction to Economics as a Moral Science*, Independent Institute Working Paper #15, December 1999, 2

2 Babić Zdenko (2002): "Etika i ekonomija: propitivanje odnosa,"*Ekonomski pregled*, 53 (5–6), 542

3 See: Shionoya Yuichi (2005): *Economy and Morality – The Philosophy of the Welfare State*, Edward Elgar Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA.

4 http://speri.dept.shef.ac.uk/2018/10/08/towards-a-post-crisis-moral-political-economy/

The paper is divided into three parts. The first part gives a brief historical overview of the study of the relationship between morality and economics. The second part elaborates on the economic effects of morality, while the third part focuses on economic inequalities, moral hazard, and post-crisis values as new/old challenges and problems, behind which stands a strong moral logic.

1. MORALITY AND ECONOMIC INTERPRETATION – THE ORIGIN OF THE DEBATE

As a key components or factors that determine economic behavior, morality and ethics have been an integral part of economic thought since its formation within the basic postulates of Greek philosophy. The study of economics, as a segment of a more comprehensive study of politics and ethics, is still present in the Aristotelian tradition, which is confirmed by two works' capitals, namely: *Nichomachean Ethics (1982)*[5] and *Politics (1992)*[6]. In Nicomachean Ethics, Aristotle links economics to human goals, where the essential purpose of the same (as an expensive skill and method) is to increase wealth itself. Two thousand years before Adam Smith, the mentioned author makes a distinction between what we call economics: *oikonomikos* or housekeeping, which he views favorably, and *chrematistics*, which he considers to be completely devoid of virtue, and to be reduced to a mere race for as much money as possible, as a result of which those who engage in such selfish activities are social "parasites."

Among other great names and authors who have made a contribution to the study of the ethical dimension in solving economic problems and challenges, Adam Smith (Adam Smith, 1723-1790) certainly stands out for his importance, who, in addition to being known as an economist, is also noted for his work as a moralist-philosopher. As one of the founders of English classical political economy, Smith, in his major work entitled *The Wealth of Nations* (1776), stated that while writing about the "invisible" hand of the market, little was known about ethical norms and trust - derived from moral attitudes - as key components of business without a "visible" hand of government. Smith's key thought is reflected in the fact that economic relations cannot be viewed separately in relation to the moral notions of "sensitivity" that are operationalized through the concepts of reciprocity and trust. As Smith's "economic" man (as a typical maximizer of benefits) from *The Wealth of Nations* does not stand out much from his "moral" man from *Theory of Moral Sentiments* (1759), it is obvious that the father and founder of modern economic theory was in his to be strongly interested in the moral side of human existence, and that, in this regard, he wrote about morality that goes beyond the concept of selfishness.[7] Therefore, a kind of balance between the mentioned two traditions and the approaches

[5] Aristotel (1982): *Nikomahova etika*, Zagreb: Fakultet političkih nauka.

[6] Aristotel (1992): *Politika,* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

[7] Smith Adam. (1759): *The Theory of Moral Sentiments*, Liberty Press.

on which the key foundations of the modern economy are based, would be of inestimable benefit in many ways, both for the economic sphere itself and for society as a whole. Presenting theories of human behavior in his previously mentioned *Theory of Moral Sentiments*, Smith tends to believe that humans are essentially social beings, with a built-in sense of empathy and morality, without which society as a community simply could not survive and function normally. According to the mentioned author, each individual strives to maximize his own benefit and well-being, because due to the innate instinct for survival he cares primarily about himself, and therefore the capitalist society is a kind of product of capable and enterprising individuals who are able to accumulate capital. But, on the other hand, at the same time, it would be desirable and socially acceptable for such individuals (although this cannot be strictly required because each individual has the right to choose) to help those who are less able to cope in society or are poor. However, Smith puts one human trait on the pedestal, and that is an innate sense of justice as a minimum which guarantees adequate functioning in coexistence with the immediate environment. In the end, according to the mentioned author, the ideal individual is also the one who is characterized by qualities such as charity, justice, empathy, and a strong sense of self-control. According to Smith, entrepreneurs are the ones who should persistently follow in their actions such virtues as: civilization, temperament, sincerity, zeal and prudence, because otherwise trade would not make an active contribution to the moral progress of society and would not work for the common good. Smith believes that morality and virtue are the "matting" under which politics and economics are set, while his moral philosophy is based on four main pillars: ethics, justice, natural theology and political regulations calculated to increase the power, wealth and prosperity of the state.

When analyzing the relationship between morality and economics, it is important to look at the contribution that Max Weber has made in this regard in his work.[8] The mentioned author primarily deals with the perception of Protestant ethics in the context of its influence on the "mental structure" of the population and its behavior in the economic sphere of social life - production, exchange, distribution and consumption. In his major work entitled *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* the aforementioned author seeks to prove the claim that Protestant ethics - in all its manifestations and postulates, and internal moral relations and understandings - has had a huge impact on economic development and the opportunities that characterize the countries of Western Europe and North America. Weber argued that universal moral principles nurture and encourage economic growth. Contrary to Marx, who believed that the social base (economy) determines social consciousness (morality and value system), and not vice versa, Max Weber tried to show that the code of ethics and religion largely determine the form of the economic system and mode of production and that the United States, G. Britain, the Netherlands, and Germany

[8] Weber Max. (1930): *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London, New York: Routledge. 2001.

owe their rapid economic growth in the 18th, 19th and 20th century to the fact that the Christian population of these countries mostly follows the Protestant tradition.[9]

Finally, for our analysis also relevant is the view of Keynes, who in his essay *Economic Possibilities for Our Grandchildren* (1930)[10] emphasizes the importance of economic development as a springboard for strengthening moral norms and standards in society. It is about the fact that only in the conditions of reaching the ideals embodied in the slogans of the "the good life," or the so-called "the art of living" society in its totality can experience prosperity, well-being, a high level of happiness, constructively fulfilled free time, increased consumption of cultural goods and services and the presence of other socially desirable values.

Table 1. *Post-modern Values*

Self-realization
sense of the mainstream of life and work
sense of purpose
vision of opportunity
Solidarity and diversity
sense of community
capacity to engage with diverse groups
strong family ethic
ethic of benevolence
Occupational success
a sense of discipline
work ethic
capacity to resist the lure of hedonism
capacity to focus and concentrate one's efforts
Knowledge
thirst for knowledge
capacity for self-education
appreciation for quality
self-esteem

Source: Fogel W. Robert (2000), 205–207.

In today's world, whose primary features are an uncertain future, limited availability of information, and the dominance of opportunistic worldviews and short-term greed, there are more and more serious researchers who are inclined to claim that respect for moral norms and ethical standards is an indispensable factor for the sustainable functioning of the overall economic system. For

[9] Cvjetićanin Danijel (2016): "Moral, ekonomija i kolonijalni mentalitet" (Morality, economics and the colonial mentality), Srpska nauka danas/Serbian Science Today 2016, Vol. 1, No. 1, 66–79.

[10] Keynes J. Maynard (1930): "Economic Possibilities for our Grandchildren," in Essays in Persuasion (New York: Harcourt Brace, 1932), 358–373.

illustration, McCloskey[11] underlines the importance of seven key virtues for the quality of middle-class economic life, namely: (1) justice (honesty and social balance); (2) temperament (humility and restraint); (3) pride (foresight and know-how); (4) faith (integrity); (5) courage (perseverance and endurance); (6) love (well-being and friendship) and (7) hope (entrepreneurship). Fogel[12] deals with the identification of new values that in the post-industrial society form the backbone of the new ethical paradigm, and which in addition to being in the spirit of the capitalist system, they are, at the same time, the result: a. transitions from manufacturing to service systems, especially knowledge-based industries; b. strong information technology expansions, c. rapid growth in income levels, and d. excess free time (for detail see: Table 1.)

2. ECONOMIC EFFECTS OF MORALITY

Viewed from the perspective of assessing the impact of moral action on the economic sphere of social life, it is possible to deal with the perception of microeconomic and macroeconomic levels.

One of the fundamental macroeconomic variables around which there is a general consensus is certainly economic growth. However, in recent times, there has been an increasing number of debates on the moral side of economic growth, because it is believed that its intensification at the same time, in addition to undeniable positive benefits, produces harmful side effects in terms of deepening inequality between rich and poor and environmental degradation. In order to have a more balanced view of the concept of economic growth, and in order to make it more effective, in addition to categories such as profit, quantity, average rates, etc., it is necessary to take into account certain moral principles such as: strict discipline, patience, diversity, the importance of hard work, and a sense of duty to fulfill the commitments made. For the sake of simplistic illustration, take for example the importance of human rights (right to adequate education, right to freedom of speech, protection from subordination, right to protection of physical integrity and trial within a reasonable time, etc.) as moral norms or standards, whose guarantee is one of the most critical segments of dynamic development. Namely, as can be clearly identified in Chart 1, the level of prosperity is in direct correlation with stronger protection of human rights, ie. the better score (level) of their protection is related to more prosperous countries, with the exception of some economies that are rich in resources such as - Saudi Arabia, Kuwait, Equatorial-Guinea and others.

[11] McCloskey Deirdre (2006): *The Bourgeois Virtues: ethics for an age of Commerce*, Chicago: University of Chicago Press.

[12] Fogel W. Robert (2000): *The Fourth Great Awakening*, Chicago: University of Chicago Press, 2000.

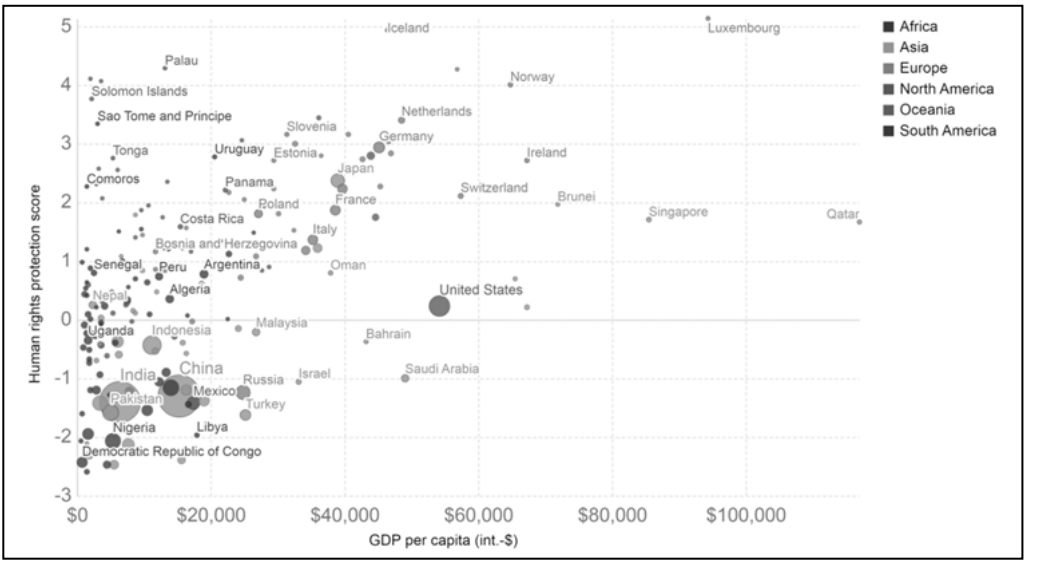


Chart 1. *Human Rights Score vs. GDP per capita, 2017*

Source: https://ourworldindata.org/human-rights

An economy with a low level of controversy, friction and destructive differences, is precisely the one that decides the so-called. "civilized behavior" and, as such, results in a high level of total factor productivity, precisely through the promotion of the concepts of adaptability and flexibility.[13] The vitality of morality when it comes to its economic dimension is manifested in the fact that it raises the volume of transactions by reducing transaction costs, and on account of that, raises the overall efficiency of the economy and the wealth of society. Then, morality is effective in the fight against tax evasion, which in turn is an integral part in the fight against the gray economy. The point is that the decision on tax evasion is equally, in addition to a rational view through the prism of costs and benefits, determined by moral and wider social influences, which in turn are perceived (shaped) by compliance with other taxpayers. Despite the indisputable fact that the market economic model of development is the best guarantee instrument for solving problems such as deepening poverty, social differentiation and mass unemployment, the moral aspect of post-socialist economic transition is the fundamental determinant of policymakers' credibility and positive response to reforms. Ethical corruption - responsibility for immorality is linked to the transition process itself in terms of the need to implement reforms such as strengthening institutional capacity, fighting corruption, deepening the rule of law, public administration and public sector reform and the like. For example, the importance of morality for economic efficiency is best illustrated by the

[13] Foss J. Nicolai (2012): "Linking Ethics and Economic Growth: a Comment on Hunt, "*CONTEMPORARY ECONOMICS*, Vol. 6, Issue3, 4–9.

high degree of bureaucratization in society, where corrupt bureaucrats in public administration can allocate budget expenditures in the direction of those segments where bribery is easier, where larger projects require more complex management such as investment to airports and highways, precisely those that are more suitable for embezzlement - therefore, the lack of moral principles follows not only the sphere of business, but also the public sector of both underdeveloped and developed and transition countries.

Finally, the very concept of sustainable development - in terms of meeting needs without endangering the environment, while preserving social justice and purposeful use of resources - is strongly based on moral values and principles[14] . At the same time, sustainable development is also a matter of a broader context in relation to the economic dimension, and must be questioned through categories such as openness, altruism, honesty, social justice, solidarity, tolerance, and respect for nature, man and life - which together belong to the so-called moral "good."

3. ECONOMIC INEQUALITY, MORAL HAZARD, AND POST-CRISIS VALUES AS THE PRACTICAL ASPECTS OF ASSESSING THE RELATIONSHIPS OF MORALITY AND ECONOMY IN GLOBALIZED ECONOMY

In almost all countries around the world, one of the most present moral concerns is related to ***economic inequality***. This is because, in addition to strong economic contradictions, sharp economic inequalities endanger the quality of people's lives, thus deeply violating fundamental ethical principles..[15] Wilkinson and Picket[16] in their research they came to a very important finding of causal nature, in the following way: the greater the inequality, the more crime, the greater infantile mortality, the more obesity, the more adolescent pregnancies, the greater gender discrimination, and the lower life expectancy. Consider Chart 2, which clearly shows the extent of global inequality, where a huge part of the world's population still has a very low level of income. For example, related to 2003 with less than 1,090 international- $ per year, one half of the world's population has it, noting that according to projections, global inequality will continue to decrease by 2035, so the GINI coefficient will be formed at 61.3, but will remain high.

[14] BuŞoi M. Simona (2014) The Ethical Dimension of The Sustainable Development, Proceedings of the 8th International Management Conference "Management Challenges For Sustainable Development," November 6th–7th, 2014, Bucharest, Romania, 818–825.

[15] More on this at: https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/re-examining-the-relationship-between-ethics-and-the-economy/

[16] Wilkinson G. Richard, Pickett Kate. (2010): *The Spirit Level: Why Equality is Better for Everyone*, London: Penguin Books.

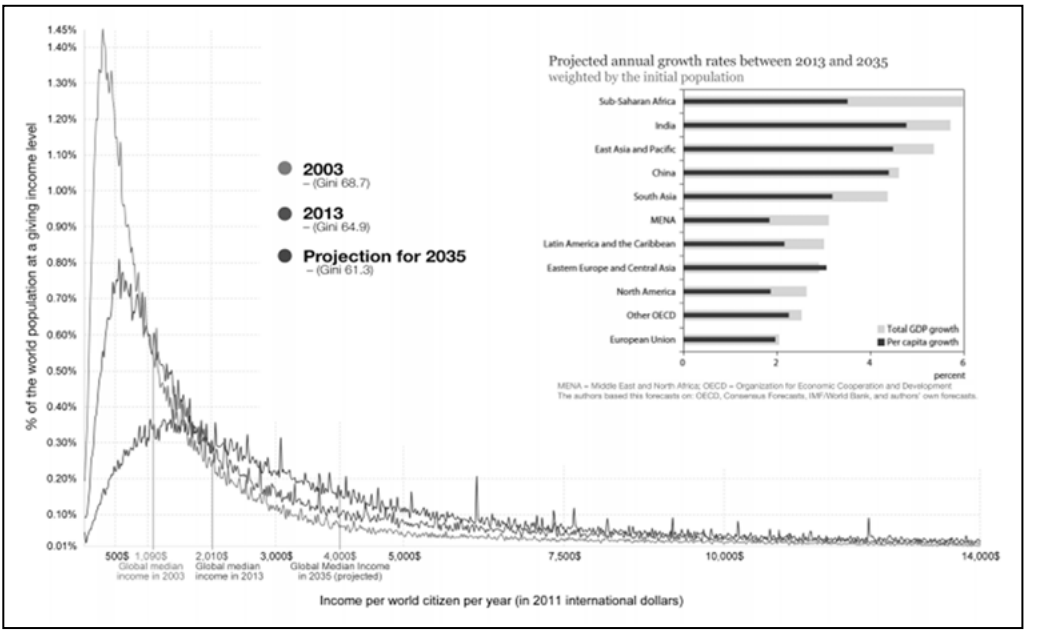


Chart 2. *The global income distribution in 2003, 2013, and the projection for 2035*
Source: https://ourworldindata.org/global-economic-inequality

There is a general consensus that the market is unable to guarantee social security and equality even less, which is why it is criticized from a moral perspective, while at the same time the state is called upon to "iron out" this injustice, where the question of measures and mechanisms for this purpose remains open. When it comes to the morality of redistribution, the question here is not whether the state should be engaged in order to help the most socially endangered to overcome their situation and be integrated into society. This is because by improving the position of the most endangered, in fact, conditions are created for the further general progress of the society. However, if redistribution seeks to achieve "justice" that punishes the successful and subjugates the cumbersome bureaucracy, then it is economically and morally unacceptable. Therefore, the real issue is the measures of state engagement; in other words, this engagement should not be counterproductive; it should not limit economic growth and hamper entrepreneurial initiative. In other words, the inspiration for paternalism pushes it into the sphere of what is considered as immoral behavior (abuse of the apparatus of coercion), which ultimately affects the increase of inequality in the position of individuals in society in relation to the situation she wanted to correct with her action. It is similar in the sphere of the income distribution because it is the state that creates a part of income inequality (state monopolies, special interest groups, tariffs, customs, quotas, etc.) which it wants to correct by redistribution. So, if the situation is viewed from this angle, it can be said that a

state, often led by a paternalistic spirit and taking funds from those who created them in order to give those same funds to others, actually behaves immorally in relation to most of society.[17] We are interested in the "doctrine of sufficiency"[18], as a kind of alternative to the egalitarian approach, whose essence is broken in the attitude that when it comes to the distribution of economic property, what is essential is that everyone has enough, not everyone has the same, because only then there would be no moral consequence if some owned more than others.

Certainly one of the "perverse" incentives that have a negative effect on the economy concerns the so-called the notion of ***moral hazard***. As a relevant concept within economics, moral hazard is a typical example of the negativity of government interventions aimed at saving the banking sector, and at the same time the need to strengthen the moral collective responsibility of the financial sector. Thus, Joseph Stiglitz called the rescue of American banks a kind of socialization of losses and privatization of profits, ie "robbery of the American people."[19], which has the immediate consequence of suppressing moral awareness in favor of materialism, where any sense of community is eroded under the influence of the doctrine of market fundamentalism.[20]

The dual nature of the concept of moral hazard is reflected in taking actions that carry with them excessive risk, and in a kind of fraud and embezzlement, which is all deeply unethical. The unsustainability of the moral hazard economy is reflected in the imbalance in terms of value created in the real sector and values issued under the auspices of the financial sector, which discourages and blocks further economic transactions. Ultimately, the end effects of the moral hazard economy are well known and it results in crisis episodes due to the bursting of speculative bubbles as a consequence of the hypertrophy of financial instruments related to housing finance, and the use of credit derivatives as a key mechanism for off-balance sheet financing.[21] A useful framework for understanding the mechanism of functioning of the economy of moral hazard and the way in which it results in crisis episodes is certainly J.P. Morgan Emerging Market Bond Index (EMBI) that covers emerging market bond spreads. In this regard, if we analyze Figure 1, which reflects the development of JP Morgan's

[17] See: Vukotić Veselin. et al. (2008): *Moral i ekonomija*, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, Beograd 2008.

[18] Frankfurt Harry (1987): "Equality as a Moral Ideal," *Ethics*, Vol. 98, No. 1 (Oct., 1987), 21–22

[19] For this see: Woll Cornelia (2013): "The morality of rescuing banks," 10–14, in: Marion Fourcade, Philippe Steiner, Wolfgang Streeck, and Cornelia Woll (eds.): *Moral Categories in the Financial Crisis* No. 13/1, maxpo discussion paper.

[20] Stiglitz Joseph. (2010) "Moral Bankruptcy," Mother Jones, January/February, accessed at: http://motherjones.com/politics/2010/01/joseph-stiglitz-wall-street-morals on July 8, 2010.

[21] Đuričin Dragan (2009): "Kako iz ekonomije moralnog hazarda preći u ekonomiju inteligentnog upravljanja rizicima: slučaj Srbije,"*Ekonomika preduzeća*, Godina LVII, Septembar–Oktobar 2009, 259–284.

EMBI Global total-return index from 1994 and up to 2018 (December 31, 1993 = 100), the following can be clearly identified: (1) in the period 1994-1999 there is a significant fluctuation in the spread and (2) most of this fluctuation coincides with three sub periods that are respectively marked by the beginning of the outbreak of the Mexican, Asian and Russian crises, namely: December 1994, October 1997 and August 1998. In the case of all three crises, the EMBI rose far more significantly than it declined later, suggesting the general conclusion that investors themselves lost faith in emerging markets much faster than they regained it later.[22] For bid-ask spreads stabilization in the case of the Mexican peso crisis of January 1995 took about six months, and in the case of the Russian and global financial crisis almost a year, while in the case of the COVID-19 pandemic and oil shocks the forecast is somewhat more favorable.[23]

In order to prevent the outbreak of future crises, it is necessary to penetrate as deeply as possible into the very nature of the functioning of the mechanism of moral hazard, as one of the most layered problems of the modern economic system, and conceptualize proposals for future reform directions. A significant step in that direction is the prescribed increase in minimum bank capital requirements, under the auspices of the recent Basel III agreement, which in its business operations rely on investments in risky assets, and excessive lending. However, on the other hand, it can encourage banks to increase risk-shifting using CDS (Credit Default Swap), which is particularly attractive in the case of huge banking groups and the country is able to intervene with significant financial resources in the period outbreaks of the financial crisis. Summarizing the above, the countries at the highest risk of moral hazard are those with low potential rescue costs and large banks - which are filled with expectations that they will be actively supported in case of crisis shocks, which encourages them to easily enter into risky derivative contracts.[24] The above raises the question of what is the best option for solving the problem of moral hazard, and it is reflected in simply forcing actors to bear the costs of risky or dangerous behavior, while the mechanism of preventing it in financial markets is somewhat different, while the principle is the same - those who decide to invest other people's money and do it in the wrong way must face the consequences of bad and reckless investing. [25]

[22] Magnussen Pierre (2009). *Financial Crises and Moral Hazard*, Master Thesis, Copenhagen Business School, 56.

[23] For details see: https://www.gmo.com/europe/research-library/valuation-metrics-in-emerging-debt-2q-2020/

[24] For detail see: Busato Francesco, Coletta C. Massimo (2017): "A moral hazard perspective on financial crisis,"*Banks and Bank Systems*, Volume 12, Issue 3, 2017, 298–307.

[25] See: https://www.cbsnews.com/news/explainer-moral-hazard/

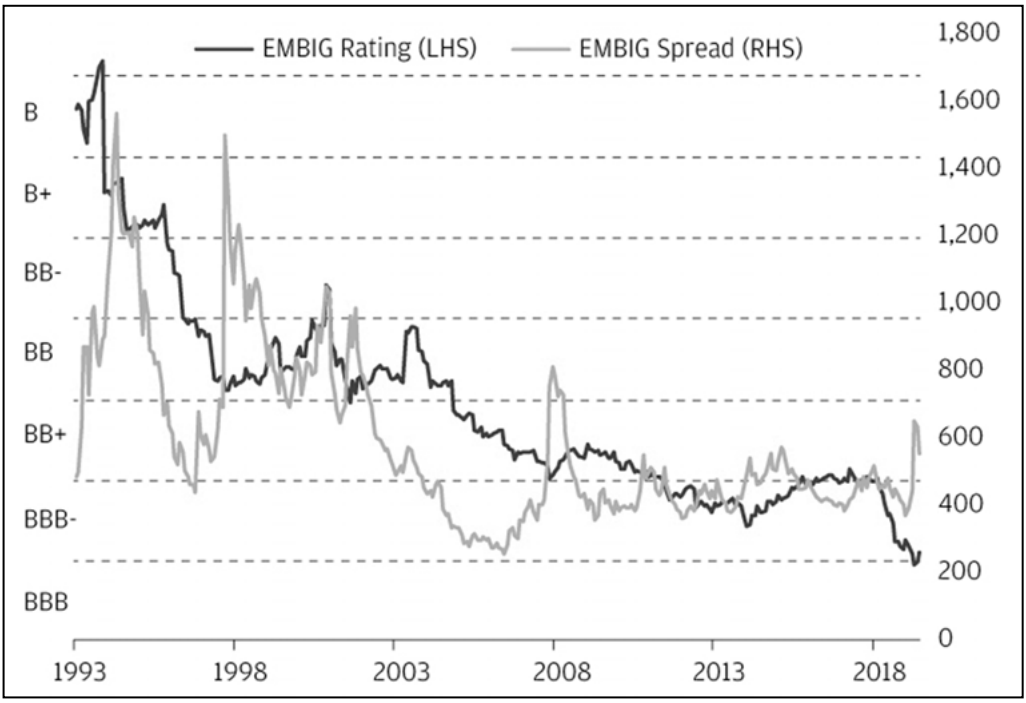


Figure 1. Emerging - market bond spreads, 1993-2018 EMBI (global) in basis points

Source: https://am.jpmorgan.com/ch/en/asset-management/adv/insights/portfolio-insights/em-debt/

Usually in periods after crisis, the need to reaffirm ***post-crisis moral values*** is strongly expressed in order to amortize far-reaching consequences in terms of further growth of social costs.[26] To illustrate, the great financial crisis of 2008 is one of the kind of roadmaps that tells us about the need to remodel regulatory mechanisms and moral norms that govern politics, economics, and global interconnectedness. Thus, the World Economic Forum, in collaboration with Facebook, The Nielsen Company, and Georgetown University, soon after the crisis carried out a unique new poll over Facebook on the nature of values that should be prioritized in the concept of post-crisis management. The survey was conducted on a sample of 10 countries (United States, Israel, France, Saudi Arabia, South Africa, Germany, Turkey, India, Mexico and Indonesia), with over 130,000 respondents of which 58% were men and 42% women, while most were under 30 - almost 80%.[27] For us, useful data are presented in Tables 2 and 3.

[26] Pavelchievici Ruxandra (2018): *Post-Crisis Political Economy: Regained Legitimacy for Economic Ethics?*, Paper prepared for the 2018 STOREP conference "Whatever Has Happened to Political Economy?"

[27] See: World Economic Forum (2010). *Faith and the Global Agenda: Values for the Post-Crisis Economy*, World Economic Forum Geneva, Switzerland 2010.

Table 2. *The most important value in the global political and economic system*

Q: *What is the value that you consider most important in the global political and economic system?*

	Preserving the environment	The impact of actions on the well-being of others	Respecting others' rights, dignity, views	Honesty, integrity and transparency
Global results				
	17.07%	19.95%	23.66%	39.32%
By gender				
Male	17.16%	20.09%	22.48%	40.27%
Female	16.95%	19.76%	25.24%	38.04%
By age				
30+	13.75%	19.25%	22.26%	44.74%
24 to 29	16.11%	19.32%	22.21%	42.36%
18 to 23	19.09%	20.57%	24.99%	35.35%

Source: adapted from WEF, 2010, 11

Table 3. *The global economic crisis as a crisis of ethics and values*

Q: *In your opinion, is the current global economic crisis also a crisis of ethics and values?*

	Yes	No	Not sure
Global results			
	67.77%	18.99%	13.25%
By gender			
Female	71.44%	14.78%	13.79%
Male	65.39%	21.72%	12.89%
By age			
18 to 23	62.38%	21.52%	16.10%
24 to 29	68.14%	18.49%	13.37%
30+	78.64%	14.18%	7.17%

Source: adapted from WEF, 2010, 13

As can be seen from Table 2, fundamental post-crisis values for the proper functioning of the global economic and political system are considered to be those related to transparency, integrity and honesty. The previously mentioned values gain in importance as the age of the respondents grows: at the age of 18-23, 35% of the respondents give priority in importance to these moral categories; in the range of 24-29 years, 42% chose this option, and in the category of respondents over 30 years of age, 45% of them gave priority to the mentioned values. Regarding Table 3, over 2/3 of respondents (about 68%) are inclined to claim that the global economic crisis of 2008 is also a crisis of ethical and moral values, where this opinion is much more common among the elderly population - over 30 years, with 79% of respondents thinking this way.

Finally, it is useful to look at a set of ethical (moral) principles that economies around the world should consider in order to function in the interests of the planet and the people who live on it. It is about the following[28]:

(1) The economy should meet human needs and improve the quality of life,
(2) The economy is bounded by ecosystem limits,
(3) Equity for present and future generations
(4) Reverence for all life,
(5) Appropriate scale and optimal diversity.

First, it is important to turn and shift the focus from desires to needs themselves, which would break the vicious circle of endless creation of the same. It is equally important to take care of the protection and full guarantee of social and economic rights of all human beings, because that very much determines the level of quality of life of each of them. Of undoubted importance is the turnaround in the measurement system, which would now, in addition to the most important economic indicator - GDP, give a broader picture of economic dynamics in terms of coverage and dimensions such as social stability, human well-being and environmental well-being of the planet.

Second, as the economy is bordered by ecosystem boundaries, it is important that market prices properly signal and reveal both social and environmental truth about society's opportunities, which further imposes the need for change in tax policy ranging from value added taxation and employment all the way to non-renewable material consumption.

Third, at the heart of public policy must be a universal principle of guaranteeing equal rights for all people on the planet. In other words, those who are using more than their fair share of global resources should pay rent to those using less than their fair share. Another important turn would be the efficient channeling of the power of key players and actors within the country's market. We have in mind the view that in order to create a more sustainable and fairer world for future generations, it is crucial to correct the unequal distribution of power within the market, which would further require a change in the legislative and corporate structure. Thus, it would be necessary to investigate in detail the whole range of issues and problems related to control and ownership, whereby companies could no longer be organized for the purpose of the prime benefit of the providers of private capital.

Fourth, shifting the focus from an anthropocentric to a biocentric approach would be a real example of putting the importance of life at the forefront. This further means that such visions as those related to the symbolic, aesthetic, mystical, existential and spiritual are incorporated into development visions, which would confirm that all forms of life are recognized as an integral part of the

[28] See: "Citizen Ethics in a Time of Crisis, Part Two – *Economics as if Ethics Matters*", February, 2010, www.citizenethics.org.uk, 28–29.

entire economic system. As new owners and managers of the individual, they can be within the natural planetary system in terms of land, sea, water and minerals.

Finally, policymakers need to move less within the boundaries of economies of scale (which are undeniably still vital in certain segments), but more optimal diversification is needed, which requires development on a smaller scale. The local economy in particular is the one that makes the best progress if it is characterized by a variety of businesses.

4.CONCLUSION

Despite the indisputable importance and dominance of quantitative methods in economics, one should be aware of the fact that solving problems in this area can not be achieved without considering the broader social context, where the issue of ethics and morality occupies an important place in forming certain values in terms of the same. The very essence of ethics and morality derives from the indisputable fact that economics is in its essence a social science, and that it is an inseparable segment of the wider social context.

While some economists are inclined to argue that economics and morality are by no means in a relationship of structural interaction, for most of them, on the other hand, it is indisputable that the system (models) of economics itself is firmly rooted in moral norms (set of values) which help it to function properly and effectively. This is an attitude according to which it is almost impossible to think of categories such as exchange, money, credit, division of labor, health insurance and social security network, without taking into account a certain set of moral norms and standards. Economists must also be aware of their responsibilities in terms of contributing to solving complex global problems (such as inequality, moral hazard, and offering a view of the values on which the world should rest in the post-crisis era) in a more efficient, humane and just way for which it is necessary, as a whole, to move away from the concept of value neutrality and, at the same time, establish an optimal functional relationship between economic targets and moral principles, where moral values will be the driving force for further technological and economic progress.

In conclusion, based on the previous considerations, morality and economics are indisputably involved in a monolithic and essentially inseparable analytical tissue, which raises a simple question: How much does morality cost?, to which some would be inclined to answer: it costs almost nothing, but its absence can be very expensive. “To preach morality is easy, to give it a foundation is difficult” (Schopenhauer).

REFERENCES

- Alvey E. James (1999): *An Introduction to Economics as a Moral Science*, Independent Institute Working Paper #15, December 1999.
- Aristotel (1982): *Nikomahova etika*, Zagreb: Fakultet političkih nauka.
- Aristotel (1992): *Politika,* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Babić Zdenko (2002): "Etika i ekonomija: propitivanje odnosa, "*Ekonomski pregled*, 53 (5–6), 537–547.
- Busato Francesco, Coletta C. Massimo (2017): "A moral hazard perspective on financial crisis," *Banks and Bank Systems*, Volume 12, Issue 3, 2017, 298–307.
- BuŞoi M.Simona (2014) The Ethical Dimension of the Sustainable Development, Proceedings of the 8th International Management Conference "Management Challenges for Sustainable Development," November 6th–7th, 2014, Bucharest, Romania, 818–825.
- "Citizen Ethics in a Time of Crisis, Part Two - *Economics as if Ethics Matters*, February," 2010, www.citizenethics.org.uk, 28–29.
- Đuričin Dragan (2009): "Kako iz ekonomije moralnog hazarda preći u ekonomiju inteligentnog upravljanja rizicima: slučaj Srbije," *Ekonomika preduzeća*, Godina LVII, Septembar–Oktobar 2009, 259–284.
- Fogel W. Robert (2000): *The Fourth Great Awakening*, Chicago: University of Chicago Press, 2000.
- Foss J. Nicolai (2012): "Linking Ethics and Economic Growth: a Comment on Hunt,"*Contemporary Economics*, Vol. 6, Issue3, 4–9.
- Frankfurt Harry (1987): "Equality as a Moral Ideal," *Ethics*, Vol. 98, No. 1 (Oct. 1987), 21–43.
- https://am.jpmorgan.com/ch/en/asset-management/adv/insights/portfolio-insights/em-debt/
- http://speri.dept.shef.ac.uk/2018/10/08/towards-a-post-crisis-moral-political-economy/
- https://ourworldindata.org/global-economic-inequality
- https://ourworldindata.org/human-rights
- https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/re-examining-the-relationship-between-ethics-and-the-economy/
- https://www.cbsnews.com/news/explainer-moral-hazard/
- https://www.gmo.com/europe/research-library/valuation-metrics-in-emerging-debt- 2q-2020/
- Keynes J. Maynard (1930): "Economic Possibilities for our Grandchildren," in Essays in Persuasion (New York: Harcourt Brace, 1932), 358–373.
- Magnussen Pierre (2009). *Financial Crises and Moral Hazard*, Master Thesis, Copenhagen Business School.
- McCloskey Deirdre (2006): *The Bourgeois Virtues: ethics for an age of Commerce*, Chicago: University of Chicago Press.

- Pavelchievici Ruxandra (2018): *Post-Crisis Political Economy: Regained Legitimacy for Economic Ethics?*, a paper prepared for the 2018 Storep conference "Whatever Has Happened to Political Economy?"
- Shionoya Yuichi (2005): *Economy and Morality –The Philosophy of the Welfare State*, Edward Elgar Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA.
- Smith Adam (1759): *A Theory of Moral Sentiments*, Liberty Press.
- Stiglitz Joseph (2010) "Moral Bankruptcy," Mother Jones, January/February, accessed at http://motherjones.com/politics/2010/01/joseph-stiglitz-wall-street-morals on July 8, 2010.
- Vukotić Veselin. et al. (2008): *Moral i ekonomija*, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, Beograd 2008.
- Weber Max (1930): *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London, New York: Routledge. 2001.
- Wilkinson G. Richard, Pickett Kate (2010): *The Spirit Level: Why Equality is Better for Everyone*, London: Penguin Books.
- Woll Cornelia (2013): "The morality of rescuing banks,"10–14, in: Marion Fourcade, Philippe Steiner, Wolfgang Streeck, and Cornelia Woll (eds.): *Moral Categories in the Financial Crisis* No. 13/1, maxpo discussion paper.
- World Economic Forum (2010). *Faith and the Global Agenda: Values for the Post-Crisis Economy*, World Economic Forum Geneva, Switzerland 2010.
- Cvjetićanin Danijel (2016): "Moral, ekonomija i kolonijalni mentalitet" (Morality, economics and the colonial mentality), Srpska nauka danas/Serbian Science Today 2016, Vol. 1, No. 1, 66–79.

Žarko Đorić

UDK 330:17
174

DOI: 10.5937/MegRev2201035D
Pregledni naučni članak
Primljen 07.09.2020.
Odobren 09.09.2020.

TEORIJSKI I EMPIRIJSKI ASPEKTI ODNOSA MORALA I EKONOMIJE

Rezime. *Da je ekonomija lišena bilo kakve moralne, ideološke ili teološke filozofije naširoko je rasprostranjen stav među glavnim ekonomistima u novije vreme. U odnosu na pitanja moralnog karaktera, moderna ekonomija je usredsređena na ključne postulate kakvi su racionalni proračun, naučna neutralnost i bazični materijalni ciljevi. U vezi sa prethodno rečenim jazom koji se sve više produbljuje, primarni cilj rada jeste ukazivanje na potrebu da se uspostavi novi savez između ekonomije i morala (etike) kao specifičnog vrednosnog kriterijuma a sve u cilju što boljeg pronicanja u kompleksnu prirodu čovekove stvarnosti i pružanja doprinosa efektivnijem i konstruktivnijem rešavanju ekonomskih problema. Pri tome, ima se u vidu činjenica po kojoj su pokušaji da se ekonomija prikaže kao moralno neutralna uglavnom završili neuspešno, ili sa malo uspeha.*

Ključne reči: *moral, istorija ekonomske misli, nejednakost, moralni hazard, post-krizne vrednosti*

Marija Paunović*
Jelena Doganjić**

UDK 005.334:368
343.533::004

DOI: 10.5937/MegRev2201053P
Pregledni naučni članak
Primljen 15.04.2021.
Odobren 20.04.2021.

SAJBER OSIGURANJE I AKTUARSKA ANALIZA

Abstrakt. *Digitalna revolucija utiče na sve. Sajber rizik je prirodna posledica razvoja digitalnih tehnologija, koje izazivaju nastanak novih faktora od uticaja na ranjivost kompanija u različitim sektorima delatnosti. Sa porastom sajber pretnji, ugovori o osiguranju se pojavljuju kao značajan alat za poboljšanje otpornosti na uticaj ovih rizika. Sajber osiguranje je najbrže rastuća linija poslovanja osiguravača u modernoj istoriji. Cilj ovog rada je da prikaže osnovne aktuarske analize prilikom razvoja proizvoda sajber osiguranja.*

Ključne reči: *sajber osiguranje, premija osiguranja, rizici u sajber osiguranju, sajber kriminal*

* PhD, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj banji, Univerziteta u Kragujevcu, Srbija; majap@rcub.bg.ac.rs

** PhD, Milenijum osiguranje a.d.o, Beograd, Srbija; doganjic.jelena75@gmail.com

1. Uvod

Četvrta industrijska revolucija donosi brojne promene uključujući i veštačku inteligenciju (AI), mašinsko učenje, robotiku, Internet stvari (IoT), nanotehnologiju, 3D štampu. Nove tehnologije čine ljude i kompanije efikasnijim, ali nažalost, donose i razvoj sajber kriminala.

Sajber kriminalci brzo usvajaju nove tehnologije. Povećana internet aktivnost od strane mobilnih platformi je često praćena sajber kriminalom. Čak se i neke tehnike veštačke inteligencije koriste u sajber kriminalu u cilju pronalaženja mete napada. Sajber rizik je složen, podložan stalnim promenama i stalnom razvoju, sa većim brojem skrivenih elemenata rizika. Međutim, dok tržište sajber osiguranja brzo raste, analiza rizika se suočava sa nedostatkom doslednih i pouzdanih statističkih podataka u kontekstu u kojem je iznos nastalih šteta posebno podložan nestabilnosti. Stoga je kvantifikovanje ovog rizika težak zadatak. Zbog heterogenosti sajber rizika, procena premije osiguranja i/ ili potrebnog iznosa rezervi predstavlja izazov za stručnjake.

Sajber osiguranje se s početka pojavilo kao osiguravajuće pokriće za zaštitu kompanija od hakovanja, ali se ubrzo proširilo se na osiguranje u slučaju prekida poslovanja, iznude, finansijske prevare, zakonske odgovornosti i kvarova sistema koji nastaju kao rezultat sajber napada. Nakon uvoda, u drugom delu rada dat je pregled sajber rizika. U trećem delu rada opisane su specifičnosti sajber osiguranja i obuhvat ovog osiguranja, kao i način određivanja premije sajber osiguranja. Na kraju, data su zaključna razmatranja ovog istraživanja.

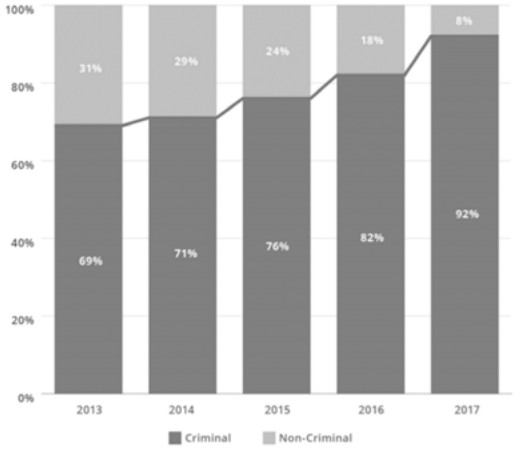
2. Sajber kriminal

Sajber kriminalna dela uključuju hakovanje, ransomware, malware / virus, phishing / BEC / socijalni inženjering, DDoS napade, ukradene uređaje, krađu novca putem bankovnog transfera i bankarske/ACH prevare i slične radnje. Drugi događaji, poput greški osoblja, nepravilnog rukovanja evidencijama u papiru, gubitka prenosnih računara, greški u programiranju, sistemskih greški i dr. se ne smatraju kriminalnim delima. Socijalni inženjering podrazumeva još složeniju proceduru, koja se postiže elektronskim resursima, kao i sastancima ili pozivima. Na primer, zahtevi kroz e-poštu, podržani telefonskim pozivom lažne službe pomoći, u cilju dobijanja pristupne kartice, šifre ili slično radi fizičkog unosa podataka.

Prema statistikama, u sektoru telekomunikacija, 85% ukupnih troškova u periodu od 2013. do 2017. godine, činili su troškovi nastali radnjama zaposlenih koji su pristupili osetljivim podacima. Sektor finansijskih usluga je, zbog neodgovornih zaposlenih, takođe pretrpeo velike gubitke, kako zbog krađe novca, tako i zbog krađe podataka o klijentima. Zdravstveni sektor je takođe izložen ovoj vrsti

napada. Prema podacima kompanije IBM Securiti i Instituta Ponemon, najčešće mete napada su: zdravstveni i finansijski sektor koji poseduju veliki broj ličnih podataka. Tu spadaju lični podaci, brojevi kreditnih kartica, računi, zdravstvene evidencije, podaci o vozačkoj dozvoli i sve druge informacije povezane sa identitetom određene osobe ili njenim finansijskim i zdravstvenim statusom (podaci o e-mail adresama, brojevima telefona, poštanskim adresama, itd.). Zatim slede tehnološki i IT sektor, sektor energetike i životne sredine. Posebnu metu sajber napada čine kompanije sa visokim godišnjim prihodom.

U poslednje vreme se sajber napadi i incidenti povećavaju, a štete koje oni izazivaju kontinuirano rastu. Statistički podaci o štetama nastalim zbog sajber kriminala pokazuju značajne razlike, zbog različitih metodologija njihovog prikupljanja i obrade. Bilo koja procena šteta nastalih zbog sajber kriminala se suočava sa nekoliko problema. Najznačajnije ograničenje u proceni šteta nastalih zbog sajber kriminala je njihovo potcenjivanje. Problem nepostojanja, neadekvatnosti ili neuporedivosti podataka o sajber kriminalu, koji se javlja u nekim zemljama, je povezan sa propisima i izveštavanjem, koji se razlikuju među industrijskim sektorima, čine podatke nedostupnim ili neuporedivim. Prikupljanje podataka je dodatno otežano zbog oklevanja mnogih kompanija da prijave sajber napade zbog reputacije.



Slika 1. *Kriminalni i nekriminalni incidenti*

Izvor: Net Diligence 2018 Cyber Claims Study[1]

Stoga, prikupljanje podataka i dalje predstavlja problem, a procene po zemljama su i dalje neprecizne. Međutim, predstavljamo rezultate studije „Net Diligence" (slika 1) kako bi se sagledala veza između kriminalnih i nekriminalnih sajber incidenata, kao i povećanje aktivnosti u sajber kriminalu od 2013. do kraja 2017. godine.

[1] Net Diligence (2018). *Cyber Claims Study*, Net Diligence, https://netdiligence.com

3. Sajber osiguranje

S obzirom na povezanost rizika u sajber osiguranju, njihovu prirodu, dugačak rep i nesigurnost, sajber osiguranje je trenutno relativno skupo u poređenju sa drugim vrstama osiguranja, uz procene da ono može biti tri puta skuplje od osiguranja od opšte odgovornosti i šest puta skuplje od osiguranja imovine.[2]

U ovom delu istraživanja razmotriće se glavne specifičnosti sajber osiguranja.

1. **Identifikacija rizika**. Ovo je nova vrsta osiguranja, tako da osiguravajuća društva još nemaju potrebno iskustvo i uspostavljene standardizovane procedure za identifikaciju sajber rizika. ITC sistemi se brzo razvijaju, sa čestom promenom same organizacije sistema, što utiče na promenu i rast sajber rizika. Pored tih rizika, postoji i grupa rizika koja se u literaturi često naziva „neafirmativnim" ili „tihim" rizicima, koji su rezultat šteta pokrivenih drugim polisama osiguranja, a koje su izazvane sajber događajem.
2. **Utvrđivanje verovatnoće**. Jedna od glavnih karakteristika ovog osiguranja je informaciona asimetrija. Osiguravači se suočavaju sa brojnim preprekama u postupku pribavljanja pouzdanih informacija o izloženosti osiguranika sajber riziku. Pored toga, neophodno je znati da se ova izloženost može menjati tokom čitavog perioda pokrića. Primenjene metode zaštite i softver koji osiguranik koristi su često su poverljivi a, s druge strane, postavlja se pitanje, ako se zaštitni softver primenjuje, da li će zaista obezbediti zaštitu i u kojoj meri. Jer, bezbednost je proces, a ne proizvod.
   Utvrđivanje izloženosti riziku se zasniva na parametru stope pojavljivanja (učestalosti), koji je vrlo teško odrediti za sajber rizike, a otežan je dinamičnim promenama napada, njihovom nepredvidljivošću i brzom prilagođavanju novim okolnostima. Poseban problem predstavlja nedostatak informacija ili znanja o efikasnosti bezbednosnih mera i standarda ili koliko one utiču na nivo rizika, pa stoga otežava utvrđivanje bilo kakvog smanjenja premije osiguranja. Sigurnost jednog sistema nije nezavisna, može uticati na sigurnost drugog povezanog sistema. Zato bi gotovo sve što je pokriveno neživotnim osiguranjem moglo na kraju biti izloženo „tihim" rizicima. Pogodne metode za procenu izloženosti potencijalnih osiguranika sajber rizicima su metode ispitivanja scenarija i upotreba stres testova. Ipak, kao što je navedeno, nedostatak podataka i pouzdanih statistika dodatno otežava utvrđivanje verovatnoća.
3. **Uticaj incidenata**. Osnovni parametar kvantifikacije rizika je, pored učestalosti, uticaj. Postavlja se pitanje kako unapred proceniti moguće gubitke, na primer, zbog krađe intelektualne svojine, ulaganja u ekspertizu, krađe ili

[2] PwC (2015). *Insurance 2020 & beyond: Reaping the dividends of cyber resilience*, PwC; and Z/YEN GROUP (2015). *Promoting UK Cyber Prosperity: Public-Private Cyber- Catastrophe Reinsurance, Long Finance.*

gubitka privatnih podataka o identitetu, troškove reputacije itd. Jedan od načina za merenje gubitaka je putem konkurentskih proizvoda, kojima je preuzet tržišni udeo od zakonitih vlasnika, kao i putem procene negativnog uticaja na cene akcija kompanija izloženih sajber napadima. Razvoj metodologije za procenu je od izuzetne važnosti jer, primera radi, krađa intelektualne svojine čini najmanje četvrtinu troškova sajber kriminala i, kada uključuje vojnu tehnologiju, stvara rizike i po nacionalnu bezbednost[3].
Trenutno, čini se potpuno nemogućim proveriti tačnost uticaja ovih rizika.[4]

4. **Obim osiguravajućeg pokrića**. U situaciji dinamičnih, brzo promenljivih sajber pretnji, sa svim poteškoćama u njihovoj identifikaciji, teško je utvrditi osiguravajuće pokriće klijenata. Stoga uslovi sajber osiguranja sadrže puno isključenja iz pokrića ali i ograničenja (limita) pokriću, koja su niska, posebno posmatrajući iz ugla velikih kompanija. To može uticati na stepen spremnosti klijenata da kupe takvo osiguravajuće pokriće.
5. **Premija osiguranja**. U slučaju procene premije osiguranja, treba uzeti u obzir korelaciju rizika, geografsku sličnost (uticaj na diverzifikaciju rizika), monokulturu (slični operativni sistemi), lako izvođenje (napadi su laki i jeftini za izvođenje) itd. Više o određivanju premije biće reči u odeljku 3.2.
6. **Uslovi osiguranja**. Imperativ je jasno definisati uslove, ali je ugovorni jezik za sajber osiguranje i dalje nejasan i neprecizan, a teško je tačno definisati šta je osiguranjem pokriveno, a šta nije. Još jedna poteškoća je preklapanje sa postojećim, tradicionalnim vrstama osiguranja. Kada se dogodi sajber incident, neophodno je utvrditi odgovornost za štetu, identifikovati vlasnike sistema, proizvođače softvera itd.
7. **Utvrđivanje visine štete**. U ovoj vrsti osiguranja, utvrđivanje visine štete je otežano činjenicom da se mnogi sajber napadi mogu otkriti tek protekom puno vremena nakon incidenta. Takođe, sajber napadi mogu trajati duži vremenski period. Da bi se utvrdio trošak, često je potrebno angažovati stručnjake i pravilno istražiti nastale konsekvence, pa stoga incident više nije poverljiv, a zahtev osiguranika je često da događaj bude strogo poverljiv.

3.1 Pokriće sajber osiguranja

Sajber osiguranje može biti nezavisan proizvod i ugovoreno kao dodatno osiguranje i može obuhvatati pokriće za štete koje je pretrpeo osiguranik i štete koje je pretrpelo treće lice (odgovornost osiguranika)[5]. Zbog prirode ovog osiguranja, ono je najčešće prilagođeno određenom klijentu.

[3] Expenses for extortion or from an act of terrorism, war, or a military action are covered in rare cases, but mostly noted as exclusions.

[4] Jaquith, A. (2007). *Security Metrics: Replacing Fear, Uncertainty, and Doubt*. Addison-Wesley.

[5] Fisrt party Loss i Third Party Loss

Uopšteno posmatrano, postoje tri ključne komponente sajber bezbednosti. Prvo, osiguranje nadoknađuje troškove koje kompanija plaća da bi odgovorila na sajber incident (zaštita pogođenih pojedinaca, plaćanje troškova za oporavak oštećenih ili uništenih podataka, ili čak plaćanje potraživanja zbog iznude). Drugo, sajber osiguranje pokriva naknade i štete koje kompanija može platiti u sudskom postupku koji je nastao kao rezultat sajber incidenta. Treće, sajber osiguranje nadoknađuje izgubljeni prihod ili troškove nastale usled poremećaja poslovanja povezanih sa sajber incidentom.

Obuhvat klasifikacije osiguranja varira u različitim studijama i autori preporučuju prilagođenu klasifikaciju koju je dala ENISA[6].

Većina osiguravajućih društava pokriva direktnu štetu nastalu gubitkom poslovnog prihoda usled sajber incidenta, prekida poslovanja, sajber iznude, kao i oporavka podataka. Preduzeću su potrebni podaci u realnom vremenu. Svaki prekid procesnog lanca - čak i na minut - mogao bi prouzrokovati ozbiljne prekide poslovanja, što bi uticalo na bilanse preduzeća.

Sa novom regulativom, kao i prilagođavanjem potrebama kupaca, sektor osiguranja se suočava sa novim izazovima u pogledu sajber osiguranja. Bolje razumevanje sajber rizika, kako od strane kupca osiguranja, tako i od strane osiguravača, je jedan od osnovnih zahteva, ne samo u pogledu procene pokrivenosti više rizika sajber osiguranjem, već i u pogledu razumevanja sopstvenih potreba od strane klijenta. Do sada su proizvodi više bili orijentisani ka privrednim subjektima, ali sa rastom i razvojem IoT-a, fizička lica su sve više izložena ovim rizicima.

3.2. Određivanje premije sajber osiguranja

Određivanje premije osiguranja u ovoj vrsti osiguranja se, zbog nedostatka relevantne statistike, zasniva pretežno na kvalitativnim modelima, ali ipak uz oslanjanje na kvantitativne modele. Kvalitativne metode za određivanje premije osiguranja koriste alate zasnovane na pretpostavkama izloženosti riziku, nivelisanju rizika prema unapred određenoj skali zasnovanoj na upitnicima, kao i pristupu specijalizovanoj bazi podataka. Kvalitativne metode procene rizika zasnivaju se na stručnoj proceni različitih faktora koji mogu biti više ili manje subjektivni. Lingvistička promenljiva, npr. „veoma visok rizik“, sadrži subjektivnost stručnjaka. Za iste podatke stručnjaci mogu pružiti različite jezičke vrednosti koje su svojstvene različitoj percepciji stručnjaka na osnovu njihovog odnosa prema riziku, iskustvu itd. Suprotno tome, u nekim slučajevima je stručno mišljenje lako dostupno i može biti još vrednije i pružiti tačnije informacije u odnosu na istorijske podatke. Međutim, metode procene rizika, koje se oslanjaju na procenu stručnjaka, potrebno je unaprediti, formalizovati i

[6] European Union Agency for Network and Information Security (2016). *Cyber Insurance: Recent Advances, Good Practices and Challenges*. ENISA.

konačno, stručno znanje iskazano lingvističkim vrednostima transformisati u numeričke vrednosti.[7]

Kvantitativne metode koriste aktuarske tehnike i razne modele koji su se pokazali primenljivim u drugim, sličnim problemima. Ti modeli obično pokrivaju različite parametre i zasnivaju se na raznim tradicionalnim matematičkim modelima, ali takođe i na tehnikama fazi matematike, veštačke inteligencije, teorije igara i dr. Glavna razlika između modela je vrsta i broj promenljivih koje ovi modeli mogu uključiti u evaluaciju i kojima se mogu baviti.

U svakom slučaju, pri utvrđivanju premije, polazna osnova je registar rizika koji treba da se zasniva na kombinaciji kvalitativnih i kvantitativnih metoda kako bi se iskoristile njihove prednosti i izbegli nedostaci i podstaklo korišćenje kvantitativne metode tamo gde je to moguće. Agregacija informacija zauzima značajno mesto u mnogim sistemima zasnovanim na znanju, gde je agregiranje podataka ili vrednosti potrebno. Uopšteno, može se reći da se pomoću agregacije simultano koriste različiti delovi informacija iz različitih izvora, u cilju donošenja zaključka ili odluke.[8]

U praksi se najčešće koristi paušalni pristup utvrđivanja premije sajber osiguranja, dok ostali pristupi koriste veći broj faktora korektivnog uticaja. Pri utvrđivanju premije osiguranja važno je da se slični faktori rizika kombinuju u jasno odredive grupe da bi se izbegli komplikovana primena tarife premija, komplikovani upitnik za pribavu osiguranja i teškoće u obradi osiguranja[9]. Faktori uticaja sa njihovim podelementima podeljeni su u nekoliko grupa.

1. Prva grupa faktora sastoji se od elemenata koji se odnose na aktivnost i detalje poslovanja preduzeća, veličinu preduzeća, imovinu ili prihod. Ovo je uobičajeni način određivanja stopa za mnoge vrste osiguranja.

Važan skup elemenata čine podaci o aktivnosti osiguranika, kao važan pokazatelj izloženosti riziku. Uobičajeni elementi pored gore navedenog su:

1) Povereni poslovi (autsorsing)
2) Zavisnosti od IT infrastrukture
3) Korišćenje, čuvanje ili deljenje podataka
   - Obim podataka

[7] Milutinović, O., Kerkez, M., & Mladenović - Vojinović, B. (2018). Fuzzy logic inference system model for risk assessment in information technology and services environment, In: *Economic and Social Development*, 30th International Scientific Conference on Economic and Social Development, 249-255.

[8] Paunović, M., Ralević, N., Gajović, V. (2020). Application of the C-Credibility Measure. *Tehnički vjesnik*, 27 (1), pp. 237-242. (ISSN: 1330-3651) https://doi.org/10.17559/TV-20200113093742

[9] Jelena Doganjić, Živorad Ristić, „Diferenciranje premija kao preduslov za zaštitu od premijske nestabilnosti i negativne selekcije rizika“, Tokovi osiguranja 4/2011, 2011, str. 27-31

- osetljivost podataka (npr. lični podaci, zdravstveno stanje, intelektualna svojina)
- Posredna odgovornost

4) Korporativno prisustvo na društvenim mrežama

U ovu grupu se mogu svrstati i indikatori koji se odnose na izloženost osiguranika ili tržišta drugim jurisdikcijama.

2. Druga grupa faktora povezana je sa uobičajenim aktuarskim tehnikama, limitom osiguranja, odbitnom premijom, kao i dostupnim podacima o gubicima i incidentima u prethodnom periodu.

3. Najsloženiju grupu faktora čine elementi koji se odnose na IT procenu i njenu sigurnost. Identifikacija ovih elemenata utvrđuje se putem upitnika, razgovora sa specijalistima na terenu, IT revizijama itd.

Prema istraživanju autora, učestalost osiguranja od sajber napada je oko 0,20%, sa prosečnim gubitkom od 43.500 eur. Za osiguranje od mrežne sigurnosti, učestalost je oko 0,17%, uz veći prosečni gubitak od 75.300 eur. Međutim, u industrijama koje su više izložene tim rizicima, učestalost dostiže 0,60%, dok je prosečni gubitak blizu 150.000 eur. Treba napomenuti da na visinu štete utiču i visoki troškovi stručnjaka procenitelja, oko 30%. Prosečna premija osiguranja za osiguranje kompjuterskih napada (Computer Attack) iznosi 124 eur, dok je premija za Odgovornost za mrežnu bezbednost 183 eur. Sastavni deo ovog ugovora je ograničenje osiguranja i učešće u šteti.

Drugi metod određivanja premijskih stopa zasniva se na imovini, godišnjem prihodu ili broju zaposlenih klijenta. Ovaj faktor ima najveći uticaj. Tako utvrđena osnovna premija prilagođava se različitim faktorima uticaja, koji se mogu podeliti u dve grupe.

Prvu grupu čine elementi standardnog osiguranja, poput limita i odbitka, zatim bonusi, popusti za višegodišnje osiguranje i drugo. Korektivni faktori koji se odnose na limit osiguranja prikazani su u sledećoj tabeli:

Limit	**Faktor**
$500,000	0.809
$1,000,000	1.000
$2,000,000	1.132
$3,000,000	1.245
$4,000,000	1.371
$5,000,000	1.405

Druga grupa faktora uključuje dodatno osiguranje. Najčešći oblik je osiguranje u slučaju prekida poslovanja, gde stopa zavisi od vremena prekida i sektora industrije u kome je osiguranik. Prekidi u poslovanju su obično od 8 do 24 sata. Tako, za fakultete ovaj doplatak iznosi 5%, dok je za telekomunikacione kompa-

nije, za 8-satni prekid. doplatak od 15% i 18%. Klasifikacija industrijskih sektora vrši se prema izloženosti riziku. Najjednostavnija podela je prema nivou rizika, npr. nizak, srednji i visok rizik, kao i prema vrsti i obimu ličnih podataka o klijentima. Takođe, postavlja se pitanje, da li su kompanije neprofitne ili profitne, sa posebnim naglaskom na sektore finansijskih usluga, maloprodaju, zdravstvo itd.

Prema NIS Direktivi ključni sektori[10] koji su značajno izloženi sajber kriminalu su:

- Energetika (električna energija, nafta, gas)
- Transport (vazdušni, železnički, vodeni, drumski)
- Bankarstvo
- Infrastrukture finansijskog tržišta
- Zdravstveni sektor (uključujući bolnice i privatne klinike)
- Snabdevanje i distribucija vode za piće
- Digitalna infrastruktura
- Digitalne usluge: mrežni marketing, mrežni pretraživači i usluga računarstva u oblaku

Sa razvojem tehnologija, procene rizika u ITS okruženju postaju sve složenije. Nedostatak informacija o brojnim parametrima rizika utiče na pouzdanost procene rizika i procesa informacione sigurnosti. Procesi u sistemu su izloženi mnogim rizicima koji mogu nastati usled nepovoljnih scenarija i posledica koje mogu biti prouzrokovani različitim događajima. Informaciona tehnologija ima značajan uticaj na bezbednosne sisteme. Često postoje značajne neodređenosti povezane sa njihovom složenošću, pouzdanošću informacija i procenom istorijskih podataka.

Procena premije dovoljne za pokriće šteta nastalih usled realizacije sajber rizika je posebno teška zbog troškova sekundarnih efekata. Na primer, trošak informacionog sistema može biti lako definisan, ali to nije slučaj sa indirektnim troškovima, kao što su vrednost informacija, gubitak proizvodne aktivnosti i troškovi oporavka. U informacionim sistemima procene se zasnivaju na formuli:

$$Rizik = Verovatnoća \cdot Uticaj$$

Alternativna formula koja se koristi je

$$Rizik = Pretnja \cdot Ranjivost \cdot Uticaj.$$

u slučaju da postoji dovoljno istorijskih podataka, tako da se vrednosti mogu dodeliti čestim incidentima (kao što su malver, neželjena pošta, greške pri unosu podataka itd.). Standard ISO27005[11] predlaže, ali i potkrepljuje postupak mode-

[10] point (4) of Article 4 of NIS Directive.

[11] ISO. BS ISO/IEC 27005:2011

liranja rizika pružajući najbolje prakse za upravljanje rizicima koji se odnose na informacionu sigurnost. S obzirom na činjenicu da podaci o elementima rizika često nisu dostupni ili dovoljno pouzdani, za procenu vrednosti parametara pri unosu u model koriste se iskustvo, intuicija i stručno znanje o elementima i njihovom uticaju i klasifikaciji u posmatranom procesu.[12]

Na taj način se mogu uzeti u obzir faktori koji nisu obuhvaćeni upotrebom standardnih alata. Ali, kompanije za sajber osiguranje različito procenjuju rizik klijenta i većina njih ne prihvata jednoobrazno sertifikat kao potvrdu nivoa sigurnosti osiguranika. U cilju angažovanja na uspostavljanju uobičajene prakse poslovanja u ovom segmentu i višeg stepena doslednosti na tržištu, i samim tim razvoju tržišta, osiguravajuća društva su počela da ostvaruju saradnju[13].

Poteškoće kvantitativnog merenja sigurnosti koje postoje u kontekstu kvantifikacije rizika razmatrane su u Verendel, 2009[14]. Podaci vezani za IT rizik uvek su povezani sa subjektivnom stručnom procenom. Složene kvantitativne metode uglavnom koriste ograničene skupove podataka. To obično dovodi do nepotpune slike o rizicima, ali s druge strane, pojednostavljene metode takođe mogu dovesti do nepouzdanih očekivanja o riziku.

Kvantitativne i kvalitativne tehnike imaju neke prednosti i nedostatke. Tačnost procene stručnjaka i kvalitet rezultata mogu se poboljšati primenom kombinovanih modela. Na primer, modeli za procenu rizika predstavljeni u radu Gajović, Kerkez i Kočović[15] sa početnom idejom da se modelira ukupan rizik procesa na osnovu procene značaja različitih elemenata rizika, njihovom međusobnom odnosu i njihovom uticaju na ukupan rizik. U radu je razvijen model fazi logike zasnovan na modelima Analitički hijerarhijski proces (AHP) i Fazi analitički hijerarhijski proces (FAHP). Model je dizajniran da bude praktičan, razumljiv i lak za primenu i održavanje. U literaturi se razmatraju i predlažu i drugi modeli za pomoć u upravljanju sajber rizikom zasnovani na teoriji korisnosti, teoriji ekstremnih vrednosti[16], teoriji igara i dr. Neke od novih teorija i mera, kao što je na primer mera c-kredibiliteta[17] , mogu naći svoju primenu u rešavanju navedenih problema u razvoju proizvoda sajber osiguranja.

---

12 Paunović, M., Ralević, N., Gajović, B., Mladenović-Vojinović, B., & Milutinović, O. (2018). Two-Stage Fuzzy Logic Model for Cloud Service Supplier Selection and Evaluation, *Mathematical Problems in Engineering*, MATH PROBL ENG, 11pages.

13 Cambridge Centre for Risk Studies (2016). *Cyber Insurance Exposure Data Schema V1.0.*

14 Verendel, V. (2009). Quantified security is a weak hypothesis: a critical survey of results and assumptions, in *Proc. of the 2009 workshop on new security paradigms workshop.* ACM, Oxford, 37–50.

15 Gajović, V., Kerkez, M., & Kočović, J. (2018). Modeling and simulation of logistic processes: risk assessment with a fuzzy logic technique. *Simulation: Transactions of the Society for Modeling and Simulation International*, 94(6), 507–518.

16 Martin, E., & Wirfs, J. (2019). What are the actual costs of cyber risk events? *European Journal of Operational Research,* 272, 1109–1119.

17 Ralević N., Paunović M. (2019). c-Credibility Measure. *Filomat*, Vol 33, No 9, pp. 2571-2582.

4. Zaključna razmatranja

U bliskoj budućnosti se očekuje da će potražnja za sajber osiguranjem neprestano rasti, usled uvođenja novih propisa, kao i povećane svesti o rizicima, ali i sve veće učestalosti sajber događaja. Potrebno je da kompanije sistematizuju rizike i donesu odluku o rizicima koje će izbeći, prihvatiti, kontrolisati ili preneti u osiguranje. Tržište sajber osiguranja će se i dalje razvijati.

Nedostatak obrazovanih stručnjaka sa iskustvom, statističkih podataka, standarda i kvantitativnih alata su ključni nedostaci za osiguranje i adekvatno pokriće. Obrazovanje, kako u smislu razumevanja izloženosti kompanije ovim rizicima, tako i znanja iz osiguranja, treba poboljšati. Generalno, sistemi se razvijaju usled dinamike samog sistema i evolucije tehnologije. Sama dinamika sistema podrazumeva promene unutar sistema. Nagli razvoj tehnologije zajedno sa njenom primenom predstavljaju problem za osiguranje.

Pored problema povezanih sa negativnom selekcijom, javlja se i problem moralnog hazarda. Osiguravač mora biti siguran da su pretpostavke postavljene na početku ugovora, u vezi sa sigurnošću sistema, tačne i tokom ugovora o osiguranju. Problem procene gubitaka od sajber kriminala leži u činjenici što je veliki deo njegovih uticaja nematerijalan. Prećutana izloženost ovim rizicima od strane kompanija, identifikovana je kao ključna prepreka u pogledu tačne procene akumulacije rizika. Modeli koji se češće koriste u proceni rizika zasnovani su na kvalitativnoj osnovi, između ostalih problema, uglavnom zbog nedostatka relevantnih podataka. Takvo ograničenje može prouzrokovati pogrešnu procenu cene rizika. Hibridni modeli koji koriste obe tehnike mogu dati bolje rezultate. Kvantitativni modeli zasnovani na fazi teoriji i teoriji neodređenosti, više odgovaraju prirodi problema sajber osiguranja.

Literatura

- Paunović, M., Ralević, N., Gajović, B., Mladenović-Vojinović, B., & Milutinović, O. (2018). Two-Stage Fuzzy Logic Model for Cloud Service Supplier Selection and Evaluation, *Mathematical Problems in Engineering*, MATH PROBL ENG, 11 pages, Hindawi Publishing Corporation.
- Cambridge Centre for Risk Studies (2016). Cyber Insurance Exposure Data Schema V1.0.
- Verendel, V. (2009). Quantified security is a weak hypothesis: a critical survey of results and assumptions, in Proc. of the 2009 workshop on new security paradigms workshop. ACM, Oxford, 37–50.
- Gajović, V., Kerkez, M., & Kočović, J. (2018). Modeling and simulation of logistic processes: risk assessment with a fuzzy logic technique. *Simulation: Transactions of the Society for Modeling and Simulation International*, 94(6), 507–518.

- Martin E., & Wirfs. J., (2019). What are the actual costs of cyber risk events? *European Journal of Operational Research*, 272, 1109–1119.
- Milutinović, O., Kerkez, M., & Mladenović - Vojinović, B. (2018). Fuzzy logic inference system model for risk assessment in information technology and services environment, In: Economic and Social Development, 30th International Scientific Conference on Economic and Social Development, 249-255.
- Net Diligence (2018). Cyber Claims Study, Net Diligence, https://netdiligence.com
- McAfee Report (2018). Economic Impact of Cybercrime— No Slowing Down, february 2018.
- PwC (2015). Insurance 2020 & beyond: Reaping the dividends of cyber resilience, PwC.
- Z/YEN GROUP (2015). Promoting UK Cyber Prosperity: Public-Private Cyber- Catastrophe Reinsurance, Long Finance.
- Jaquith, A. (2007). Security Metrics: Replacing Fear, Uncertainty, and Doubt. Addison-Wesley.
- Marsh (2015). UK Cyber Security: The Role of Insurance in Managing and Mitigating the Risk. HM Government, Marsh Ltd.
- European Union Agency for Network and Information Security (2016). Cyber Insurance: Recent Advances, Good Practices and Challenges. ENISA.
- Ralević N., Paunović M. (2019). c-Credibility Measure. *Filomat*, Vol 33, No 9, pp. 2571-2582. https://doi.org/10.2298/FIL1909571R
- Ponemon Institute (2016). 2016 Cost of Data Breach Study: Global Analysis. http://ibm.co/1tz141c
- European Commission – Press Release (2016). Joint Statement on the final adoption of the new EU rules for personal data protection. European Commission.
- European Council – Council of the European Union (2016). EU-wide cyber security rules adopted by the Council.
- Paunović, M., Ralević, N., Gajović, V. (2020). Application of the C-Credibility Measure. *Tehnički vjesnik*, 27 (1), pp. 237-242. (ISSN: 1330-3651) https://doi.org/10.17559/TV-20200113093742
- Jelena Doganjić, Živorad Ristić, „Diferenciranje premija kao preduslov za zaštitu od premijske nestabilnosti i negativne selekcije rizika“, Tokovi osiguranja 4/2011, 2011, str. 27-31

Marija Paunović
Jelena Doganjić

UDC 005.334:368
343.533::004

DOI: 10.5937/MegRev2201053P
Review scientific article
Received 15.04.2021.
Approved 20.04.2021.

CYBER INSURANCE AND ACTUARY ANALYSIS

Abstract: *The digital revolution is affecting everyone. Cyber risk is a natural consequence of digital transformation. The development of digital technologies is causing the emergence of new factors that affect the vulnerability of companies in different sectors of activity. With the rise of cyber threats, insurance contracts are emerging as basic tools to improve society's resilience to the impacts of these risks. Cyber Insurance is the fastest growing line of business in modern history. The aim of this paper is to present basic actuarial analyzes during the development of cyber insurance products.*

Keywords: *cyber insurance, insurance premium, risks in cyber insurance, cyber criminal*

Ana Grbić*
Mirjana Tankosić**

UDK 347.6(497.11)
316.356.22(497.11)

DOI: 10.5937/MegRev2201067G
Pregledni naučni članak
Primljen 15.09.2021.
Odobren 02.10.2021.

SOCIJALNO-PRAVNI ASPEKTI I ETIKA RODITELJSTVA U REPUBLICI SRBIJI

Sažetak: *Suočeni sa činjenicom da je prirodni priraštaj u Republici Srbiji u kontinuiranom padu, ostvarivanje u ulozi roditelja ima nesumnjivo veliki značaj, kako za pojedince koji preuzimaju jednu od najodgovornijih uloga tokom života, tako i za konkretno društvo i razvoj budućih naraštaja. Roditeljsko pravo kao sistem dužnosti koje iz njega proističu čine širok splet socijalnih i pravnih determinanti budućnosti roditelja i u korelaciji su sa pravima deteta. U radu, koristeći metod anketnog istraživanja uzorka roditelja, se prikazuju najznačajniji društveni uslovi čije zadovoljenje predstavlja tako reći normativ za rađanje i odgajanje deteta. Kako prirodni priraštaj ima znatna odstupanja prema regionima, pojedinačne aktivnosti na nivou najugroženijih jedinica lokalne samouprave je jedini put ulaganja društva u razvoj potomstva i pravovremenog očuvanja funkcija roditeljskog prava, prvenstveno staranja o ličnosti deteta. Rađanje i roditeljstvo nije samo privatna stvar pojedinca, već je u interesu društva da vodi populacionu politiku shodno potrebama konkretnog društva. Na takav način održava se lanac ljudske društvene reprodukcije koja uvek podleže normativnom uređivanju (kako pravnom, tako i moralnom).*

Ključne reči: *prirodni priraštaj, roditeljsko pravo, socijalni uslovi, javnost, etika*

* Docent, Visoka škola socijalnog rada, Beograd, Srbija; ana.grbic@asp.edu.rs
** Docent, Fakultet za poslovne studije, Beograd, Srbija; mtankosic@megatrend.edu.rs

1. Uvod

Ovaj rad se sastoji iz tri celine i zaključnih razmatranja. Na samom početku date su opšte karakteristike prirodnog priraštaja u RS. U drugom delu rada objašnjeni su pravni aspekti roditeljstva, dok su u trećem delu rada prikazani rezultati istraživanja koji se prvenstveno odnose na socijalni, a u okviru njega nepobitno moraju stajati pravni aspekti roditeljskih dužnosti jer su neraskidivo povezani.

Predmet i ciljevi istraživanja determinisali su da se u radu primene osnovne metode saznanja, opšte naučne metode i metode za prikupljanje podataka.

Od opštenaučnih metoda zastupljena je hipotetičko-deduktivna metoda i statistička metoda.

Od operativnih metoda i instrumenata za prikupljanje podataka primenjena je metoda analize sadržaja dokumenata, pravnih propisa, statističkih podataka, izveštaja i saopštenja sa obe svoje dve tehnike, kvalitativnom i kvantitativnom analizom. Samu srž rada čini empirijsko istraživanje bazirano na anketnom ispitivanju uzorka putem struktuiranog upitnika, kasnije obrađenog raznovrsnim statističkim metodama.

Analitičkim metodom se obuhvatila analiza sadržaja relevantne naučne i stručne literature u ovoj oblasti, kao i relevantnih činjenica publikovanih putem elektronskih medija.

Sintetičkim metodom prikazuje da se integrišu raščlanjeni, analizirani elementi pojave u jednu celinu radi definisanja određenih pravila u ponašanju pojave koja je predmet istraživanja.

Korišćenje deduktivno-induktivnog metoda je u funkciji usmeravanja istraživanja od opšteg ka pojedinačnom, odnosno od pojedinačnog ka opštem u cilju dolaska do adekvatnih zaključaka.

Rezultati dobijeni istraživanjem statistički su obrađeni uz adekvatan odabir statističkih metoda u zavisnosti od tipa i raspodele podataka, kako bi se obezbedio optimalan model sagledavanja uticaja, zavisnosti i razlika između analiziranih podataka dobijenih u istraživanju.

Od mera deskriptivne statistike korišćena je aritmetička sredina sa pripadajućom standarnom devijacijom, kao i minimum i maksimum. Korišćeni su i frekvencije i procenti.

Razlike među grupama određene se pomoću jedno-faktorske analize varijanse (ANOVA), a dodatna testiranja varijansi ispitana su Turkey's testom. Pored ANOV-e analize korišćen je i T test za velike nezavisne uzorke i pomoćni Popst Hoc Test za različite grupe u uzorku. Sprovedena je višestruka linearna regresija. Za ispitivanje odnosa dve diskontinuirane varijable korišćen je Hi kvadrat test, a rezultati prikazani u tabelama krostabulacije, koje prikazuju raspodelu učestalosti (jednakost, odnosno nejednakost frekvencija).[1]

[1] Statistička značajnost definisana je na nivou verovatnoće nulte hipoteze od $p<0.05$ do $p<0.01$, pri čemu je sigurna verovatnoća da će se ponoviti u populaciji Asymp. Sig. Od 99,9% do 99,5%

Tema rada uslovila je da odabir uzorka istraživanja bude usmeren ka tekućoj živoj društvenoj praksi, kako bismo dobili adekvatne podatke odnosno obaveštenje o stvarnosti.

2. Demografsko stanje i trendovi u RS

Teorija o demografskoj tranziciji ili preobražaju objašnjava razvitak stanovništva oslanjajući se, na dugoročno kretanje nataliteta i njegov aktuelni nivo. Prema ovoj teoriji, u razvoju stanovništva razlikuju se tri faze, od kojih poslednje dve označavaju proces starenja stanovništva prema opšte usvojenim merilima:

Prva faza - Stanovništvo, pre demografskog prelaza ili tranzicije, odlikuje se visokim natalitetom (bruto stopa reprodukcije 3,29) i visokim mortalitetom;

Druga faza - Stanovništvo, za vreme demografskog prelaza ili tranzicije ima visok natalitet (bruto stopa reprodukcije 3,13) i nizak mortalitet;

Treća faza - Stanovništvo, koje je prošlo kroz demografski prelaz ili tranziciju, ima nizak natalitet (bruto stopa reprodukcije 1,26) i nizak mortalitet [2].

2.1. Karakteristike demografskog kretanja

U Republici Srbiji ima 6.899126 stanovnika. U 2020. godini, živorođenih je bilo 61 692, umrlih 116850, što znači da je veći broj umrlih nego rođenih za 55158 lica ili negativna stopa prirodnog priraštaja (-4,8).[3] U periodu januar-jun 2021. godine, broj živorođenih iznosio je 28 813. U odnosu na isti period prethodne godine kada je iznosio, 29 314, beleži se pad od 501 odnosno za 1,7%. Broj umrlih u RS u period januar-jun 2021. godine iznosio je 65 817 i u odnosu na isti period prethodne godine kada je umrlo 51 569, beleži se rast od14 248 ili za 27,6%.[4]

Nepovoljne tendencije u prirodnom kretanju stanovništva RS, a posebno regionalne razlike, mogu se znatno potpunije sagledati, prelaskom sa agregiranog na niži nivo posmatranja, odnosno na nivo opština. Pozitivan prirodni priraštaj zabeležen je u 2020. godini samo u 3 opštine u Regionu Šumadije i Zapadne Srbije, u Raškoj oblasti, Novi Pazar (471)[5], (4,4) i Tutin (223), (7,0), Jug Srbije Preševo 43(1.4). Ako bismo imali u vidu virus covid 19 i ako se uzme kao godina posmatranja 2018. u kojoj on još nije egzistirao, ustanovlja se da ipak krivac ne može da se traži u virusu, jer ni tada stanje nije bilo bolje. Negativan prirodni priraštaj je bio 5.4, dok pozitivne vrednosti su zabeležene samo u 5 opština Zvezdara 0.3, Novi Pazar 5.4, Tutin7.7, Bujanovac 2.4. i Preševo 4. Opštine koje

[2] Jakič–Kozaričanin, L. Starost između države i porodice, Sl. glasnik Beograd,2003. prema Gavrilović, A. Populaciona edukacija, Družzvo demografa Srbije, Beograd, 2006. 12

[3] Zapažanja autora uvidom u podatke

[4] Saopštenje br.203, god. LXXI 26.07.2021, Statistika stanovništva, RZS, Beograd, 2021

[5] Broj rođenih je viši od broja umrlih za 471 lice

decenijama beleže negativan prirodni priraštaj su Crna trava (posmatrano po godina kretanja su uvek između -30 do -32.5)[6] čak u nekim godinama kao npr. 2013. nije bilo rođene dece, zatim Rekovac -26.2, Negotin -20.

Najveći broj rađanja, 18584, zabeležen u starosnoj grupi žena od 30 do 34 godine. Prosečna starost majki pri rođenju deteta je 30,1 godina, dok je prosečna starost majki pri rođenju prvog deteta 28,8 godina. U gradskim naseljima, prosečna starost majke je 31,0 godina, a u ostalim naseljima 28,5 godine.[7] Statistički pokazatelji ukazuju da starost majki raste (npr. u 2013 godini najveći broj dece rađale su majke u starosti od 25-29 godina, te je prosečna starost majke iznosila 29,1, u gradskim naseljima 29,9,. dok ostalim 27,2.[8]

Tabela 1. *Kretanje stanovništva*

Godina	Procena broja stanovnika	Živorođeni	Umrli	Prirodni priraštaj	Stopa prirodnog priraštaja na 1000 stanovnika
2011	7236519	65598	102935	-37337	-5.2
2012	7201457	67257	102400	-35143	-4.9
2013	7166552	65554	100300	-34746	-4.8
2014	7131782	66461	102471	-34786	-4.9
2015	7095383	65657	103678	-38021	-5.3
2016	7058322	64734	100834	-36100	-5.1
2017	7020858	64894	103722	-38828	-5.5
2018	6952604	63975	101655	-37680	-5.4
2019	6945235	64399	101458	-37059	-5.3
2020	6899126	61692	116850	-55158	-8.0

Izvor: Obrada autora

2.1.1. Demografski trend

Uvidom u tabelu primećuje se da je u periodu od 10 godina broj stanovnika smanjen za 337 393, što znači da nestaje ceo jedan grad veličine Niša. Godišnji gubici preko 30 hiljada lica, upućuju na zaključak da nestaje svake godine opština veličine Ćuprije, Knjaževca, Negotina i sl. Negativni demografskih trend rezultat je kumuliranih negativnih demografskih efekata tokom dužeg vremenskog perioda: niske stope rađanja, migracija, ratova, tranzicionih kretanja koji sa sobom nosi povećanu nezaposlenost i smanjene mogućnosti za zasnivanje porodičnog života kao i promena u vrednosnim orjentacijama stanovništva. Međutim, ako

6 https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/stanovnistvo/procene-stanovnistva/ (7.8.2021)

7 Saopštenje br180, godLXXI, 1.7.2021.Statistika stanovništva, RZS, Beograd, 2021.

8 Saopštenje br.163 godMMXIV, 30.6.2014. Vitalni događaji, RZS, Beograd, 2014

posmatramo etničku strukturu stanovništva Srbije po oblastima, možemo konstatovati da je relativno homogena, izuzev Vojvodine koja predstavlja mozaik različitih nacionalnosti.[9]

2.2. Socio-ekonomski razvoj gradova i opština

Postojanje izrazitih regionalnih disproporcija, u razvoju regiona RS (Beogradski region, Šumadije i Zapadne Srbije, Južne i Istočne Srbije, Vojvodine i Kosova), trebalo bi nivelisati osim prenosom nadležnosti i prenosom finansijskih i institucionalnih resursa, jer nesumnjivo i dalje prednjači Grad Beograd i Beogradski region. To se može postići poštovanjem ciljeva regionalnog razvoja zagovaranjem: sveukupnog održivog društveno-ekonomskog razvoja, smanjenjem regionalnih i unutar regionalnih dispariteta u stepenu društveno-ekonomskog razvoja i uslova života sa naglaskom na podsticanje razvoja nedovoljno razvijenih, devastiranih industrijskih i ruralnih područja, smanjenjem negativnih demografskih kretanja, razvojem ekonomije bazirane na znanju, inovativnosti, savremenim naučno-tehnološkim dostignućima i organizacijom upravljanja, razvojem konkurentnosti na svim nivoima i uspostavljanjem pravnog i institucionalnog okvira za planiranje, organizovanje, koordiniranje i realizaciju razvojnih aktivnosti.[10]

3. Roditeljstvo

Pod roditeljstvom podrazumevamo složen skup socijalnih stavova, očekivanja i ciljeva, različitih praksi u kojima dolazi do spoja bio-socijalnog aspekta ljudske prokreacije sa socijalno kulturnim aspektima brige, socijalizacije i vaspitanja novih generacija i socijalno-psihološku identifikaciju ličnosti u odrastanju sa starijim roditeljskim uzorima.[11]

Roditeljstvo je višedimenzionalan pojam i sadrži sociološke, psihološke, ekonomske, pravne, etičke i druge elemente.

U sociološkoj literaturi roditeljstvo se smatra društvenom ulogom, koja je veoma odgovorna i moralno i vrednosno određena, prvo prema podizanju i vaspitanju dece, a potom i prema brizi dece prema roditeljima (starateljstvo, zakonsko izdržavanje) formirajući lanac reprodukcije. Istovremeno obuhvata i obrazac ponašanja u jednoj kulturnoj sredini. Radi se o kulturnom kodiranju muškarca i žene kao očeva tj. majki[12] obuhvatajući širok spektar porodičnih potreba, omogućavajući ostvarivanje roditeljske uloge na najoptimalniji način. Sa stanovišta

[9] Obradović, Ž. Geopolitika Srbije, Megatrend univerzitet, Beograd, 2011. 88.

[10] Zakon o regionalnom razvoju, *Službeni glasnik RS*, br.51/2009, 30/2010, čl. 2

[11] Milić, A. Sociologija porodice, Čigoja, Beograd 2009. 175

[12] Kapor Stanulović, N. O roditeljima str 8. https://www.issa.nl/sites/default/files/u290/About%20Parents.pdf (22.7.2021.)

psiholoških shvatanja, roditeljstvo nije jednosmeran proces roditelja na detetove razvojne rezultate, već međusoban uticaj pod okriljem šire socijalne sredine.

Ranija shvatanja roditeljstva kao uloge u vidu akumuliranih iskustava ranijih generacija, moraju se modifikovati u svetlu odsustva jasno omeđenih društava i jasno omeđenih karakteristika društava koji bi bili markeri artikulacije roditeljske uloge.[13] Otuda je neophodno sistem društvene brige o porodici i deci posmatrati elastičnijim za nova iskustva i mere primereno konkretnim lokalitetima.

O roditeljstvu se može govoriti na biološkom nivou (biološke osnove roditeljstva), sociološkom nivou (roditeljstvo kao društvena institucija, kulturni obrazac, društveni odnos i uloga), psihološki nivo (psihološka samorealizacija, formiranje psihološkog identiteta roditelja na osnovu reakcija deteta)[14] ali i kao razvojnom i menjajućem fenomenu.[15] Neki autori navode i menadžersku i supervizijsku ulogu roditelja u smislu organizacije, aranžiranja i nadgledanja uslova i ambijenta u porodičnoj sredini, ali i u smislu povezivanja i komunikacije sa različitim institucijama i servisima van porodice.

Takođe, roditeljstvu se pristupa i sa pravnog aspekta u vidu starateljstva, sa stanovišta gestacije (prirodno roditeljstvo) i intencije (želje i nastojanja da se neguje i odgaja dete, adopcije).

3.1. Pravni aspekti roditeljstva

Pravni aspekt roditeljstva u svetlu jačanja dečijih prava i usvajanja Konvencije o pravima deteta utemeljen je u Porodičnom zakonu RS, konvergirajući sa zakonicima zemalja EU, formalizovan je u pojmu **roditeljsko pravo**.

Nosioci roditeljskog prava su majka i otac zajedno i oni su ravnopravni u njegovom vršenju koje uvek mora biti u najboljem interesu deteta.[16] Ukoliko roditelji ne žive zajedno i dalje sporazumno i zajednički ga mogu obavljati pod određenim uslovima, sa ciljem pacifikacije sukoba između roditelja i povećanja odgovornosti u pogledu prestanka zajedničkog života.[17]

Smisao roditeljskog prava ogleda se u njegovoj izvedenosti iz dužnosti roditelja i postoji samo u meri koja je potrebna za zaštitu ličnosti, prava i interesa deteta.[18]

---

13 Gidens, E.Odbegli svet, Stubovi kulture, Beograd 2005. 147

14 Bram, S.Through the lokking glass:Voluntary childlessness as a mirror for contemporarz changes in the meaning of parenthood, The first child family formation, 2009, p 361-289, London

15 Polovina, N. Porodica u sistemskom okruženju, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, 2011. 50

16 Porodični zakon, *Službeni glasnik Republike Srbije,* 18/2005, 72/2011, 6/2015 (u daljem teksru Porodični zakon), čl. 6/1-7/1/2

17 Ponjavić, Z.Privatizacija porodice i porodičnog prava, Sl.glasnik, Beograd 2009. 152

18 Porodični zakon, čl.67

Roditeljsko pravo je korpus obaveza i dužnosti roditelja koji se odnose na staranje o ličnosti deteta koje se sastoji u čuvanju, podizanju, vaspitavanju, obrazovanju, zastupanju, izdržavanju, kao i upravljanju i raspolaganju imovinom deteta.[19]

Staranje o ličnosti deteta obuhvata osim određivanja ličnog imena i podizanje, vaspitanje, čuvanje i obrazovanje deteta. Čuvanje deteta znači da se ostvaruje dečije pravo da živi sa svojim roditeljima, što znači obezbeđivanje adekvatnog smeštaja, nadzor nad detetom (posebno predškolskog uzrasta)[20], briga da se dete ne povredi, ne preduzme određena činjenja koja će ugroziti njegovo zdravlje i ličnost, kao i zaštita deteta od ponižavajućih postupaka i kazni, kako u svoje ime tako i od strane drugih lica.

3.2. Etika u odgajanju dece

Podizanje deteta predstavlja pravo roditelja koje se odnosi na zdravstvenu negu i brigu o fiziološkim, emotivnim i socijalnim potrebama. Sastavni deo prava roditelja da se staraju o detetu jeste i njihovo pravo da dobijaju sva obaveštenja o svom detetu od zdravstvenih i obrazovnih institucija koje imaju odgovarajuća saznanja o detetu.[21] Priznavanje i uvažavanje roditeljstva od strane društvene zajednice nikad nema isključivo njegov bio-fiziološki aspekt, već uvek u podjednakoj meri formiranja budućih generacija odnosno psihološko delovanje roditeljskih uzora. To se ogleda u pravu roditelja prvenstveno na vaspitanje zasnovano na međusobnoj ljubavi i poverenju pružajući detetu koordinate moralnih, verskih i etičkih principa. Zatim sledi dužnost roditelja da obrazuju dete (obavezno osnovnoškolsko obrazovanje), a o daljem obrazovanju dužni su da se staraju prema svojim mogućnostima.[22] Roditelji takođe imaju pravo da zastupaju dete u svim pravnim poslovima i dužnost izdržavanja deteta.

Uzimajući u obzir da je roditeljsko pravo lično i neprenosivo (osim u slučaju delimičnog lišavanja) svesni smo velike odgovornosti koja je pred roditeljima. Koji su to društveni uslovi koji bi eventualno imali uticaja na ostvarivanje u roditeljskoj funkciji možemo sagledati rezultatima terenskog istraživanja.

4. Socijalni aspekti roditeljstva

Istraživanjem sprovedenim na teritoriji RS, bilo je obuhvaćeno 361 ispitanih roditelja (troje očekuju dete). Tok istraživanja prikazano je analizom:

- strukture ispitanika (pol, starost, obrazovanje, radna aktivnost);
- područja življenja;

[19] Porodični zakon, čl.68

[20] Porodični zakon, čl.69/2

[21] Draškić M, Porodično pravo i prava deteta, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, 2015. 27

[22] Porodični zakon, čl.71

- trenutnog, željenog i broja dece u idealnim okolnostima
- socijalnim uslovima čije bi poboljšanje određenim merama i aktivnostima doprinelo prvenstveno na odluci ostvarivanja u roditeljstvu,23 a zatim i olakšavanju izvršenja roditeljskih dužnosti koje čine sadržinu roditeljskog prava.

Nakon toga prikazane su specifičnosti lokalnog okruženja i mogućnost mera podsticanja rađanja implementiranim prema veličini područja ukrštanjem dobijenih rezultata.

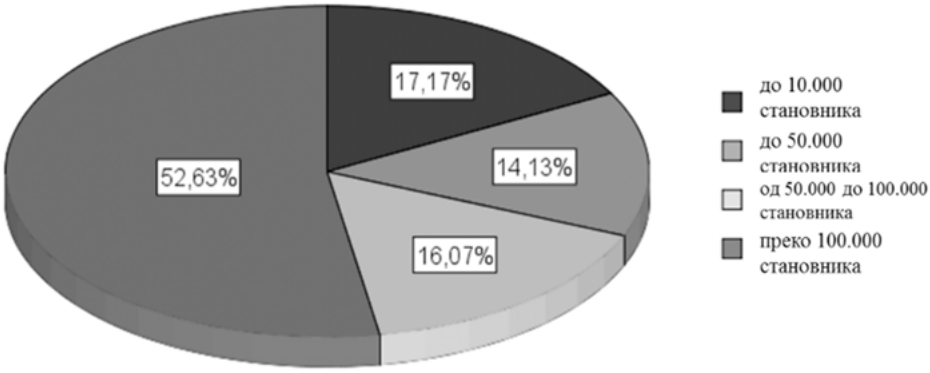
Posmatrano prema polu učestvovalo je 30,19% očeva ili brojčano 109 osoba muškog pola i 69,81% majki odnosno 252 osobe ženskog pola, uvidom u RZS u RS je procentualno veći broj žena 51,3% nego muškaraca 48,7%.[24]

Starost ispitanika se kretala od 22-54 god. Prosečna starost iznosi 33 godina.

Ispitanici su bili različitog stepena obrazovanja, pri čemu procentualno najveći broj je sa srednjom školom 41%, Zatim slede fakultetski obrazovani 32,1%, dok završenu višu školu ima 24,9%. Master ima samo pet ispitanika, dok je broj doktora nauka 0,6% što je ohrabrujuće uzimajući u vidu veličinu uzorka i područja.

Zaposleni ispitanici čine 80,3%, ili 290 ispitanika, dok je procenat nezaposlenih 19,7, , odnosno 71 ispitanik izraženo u apsolutnim brojevima

Područje življenja podeljeno je na 4 kategorije, kako bi se na adekvatan način pratile specifičnosti lokalnog okruženja. Veličinu lokalne zajednice metodom ukrštanja povezani su sa polnom, starosnom, obrazovnom, i radno aktivnom strukturom ispitanika, a potom i sa trenutnim, željenim i brojem dece pod idealnim okolnostima, kako bi se utvrdile mogućnosti lokalne zajednice u pogledu povećanja prirodnog priraštaja, koji imaju određene sličnosti za celu populaciju i prikazane specifičnosti po područjima.



Grafikon 1. *Živite u području*

[23] Prema Ustavu RS, *Službeni glasnik RS br.* 98/2006, čl.63 Svako ima pravo da slobodno odluči o rađanju

[24] Saopštenje br.181, god.LXXI Statistika stanovništva, RZS, 1.7.2021., Beograd

Izvor: Obrada autora

Na grafikonu 1. primećujemo da je najveći udeo ispitanika živi u području većem od 100.000 stanovnika 52,63%. U manjim gradovima i opštinama od 50.000 do 100.000 stanovnika živi 16,1% dok u lokalnim zajednicama do 50.000 stanovnika učešće ispitanika je 14,1%. Iz područja do 10.000 stanovnika, odnosno mesnih zajednica, naselja i seoca učešće je 17,2% roditelja.

Tabela 2. *Željeni broj dece u trenutnim uslovima*[25]

	Frekvencija	%
0	19	5,3
1	113	31,3
2	191	52,9
3	38	10,5
Ukupno	361	100,0

N	Min	Max	M	SD
361	0	3	1,69	,730

Izvor: Obrada autora

Želja i mogućnosti roditelja su u trenutnim uslovima da imaju dvoje dece (M=1,69). Dakle, roditelji bi želeli da u trenutnim uslovima imaju dvoje dece preračunavanjem aritmetičke sredine, međutim, ako se posmatraju ispitanici procentualno primećuje se da 5,3% ne želi da ima decu u trenutnim uslovima i da ispitanici koji imaju četvoro dece su kao trenutni željeni broj naveli manje od četvoro (tabela 2.).

Tabela 2.1 *Željeni broj dece u idealnim uslovima*

	Frekvencija	%
1	5	1,4
2	66	18,3
3	217	60,1
4	60	16,6
5	13	3,6
Ukupno	361	100,0

N	Min	Max	M	SD
361	1	5	3,03	,741

Izvor: Obrada autora

Želja roditelja je da u idealnim uslovima (tabela 2.1) imaju troje dece (M=3,03). Znatna razlika se primećuje sa poboljšanjem uslova. U idealnim uslovima koje roditelji tumače individualno, procentualno najveći broj njih 217 želi

[25] N-broj ispitanika, Min-minimum, Max-maksimum, M-aritmetička sredina, SD-standardna devijacija

troje dece ili 60,1% ispitanika. Roditelji koji nisu želeli decu, odnosno trenutni uslovi im nisu bili odgovarajući, u idealnim uslovima imaju želju za potomstvom I ličnim ostvarenjem u roditeljskoj ulozi.

Takođe, porastao je broj roditelja koji žele četvoro dece, čak 60 ispitanika I petoro dece 3,6% ispitanih, što je veći procentualni iznos od onih koji žele samo jedno dete 1,4%.

Tabela 2.2. *Tri najvažnija uslova pod kojim biste bili spremni da imate još jedno dete*

	Frekvencija	%
Da imam više novca	256	70,91
Da društvo preuzme veću odgovornost	205	56,78
Poboljšanje stambenog pitanja	141	39,05
Da imam bolji posao	105	29,08
Ostali razlozi (porodični odnosi, zdravstveni, itd)	86	23,82
Da sam zaposlen/a	51	14,12
Ne bih bio/bila spreman ni pod kakvim uslovima	46	12,74

Izvor: Obrada autora

U tabeli 2.2 prikazani su obrađeni podaci gde su roditelji birali tri najvažnija uslova čijim ispunjenjem bi se opredelili za još dece. Najvažniji uslov pod kojim bi ispitanici bili spremni na još jedno dete je da imaju više novca (70,9%), sledi: da društvo preuzme veću odgovornost za pomoć roditeljima (56,7%). Na trećem mestu je poboljšanje stambenog pitanja (39,05%). Na 12,7% ispitanika ne mogu delovati nikakvi uslovi.

Tabela 2.3 *Koje su prema Vašem mišljenju mere koje društvo treba da preduzme radi pomoći roditeljima u realizaciji njihovih prava*

	Frekvencija	%
Dodatno radno vreme vrtića	98	27,1
Popust na knjige i školski pribor	11	3,0
Uvođenje dodatnih mera bezbednosti od strane države	137	38,0
Uvođenje popusta na kupovinu opreme i odeće	92	25,5
Uvođenje popusta na ulaznice za kulturne i sportske manifestacije i aktivnosti (koncerti, rekreacija, bioskop, pozorište)	23	6,4
Ukupno	361	100,0

Izvor: Obrada autora

Najveći broj ispitanika kao meru pomoći u realizaciji roditeljskih prava navodi povećanje bezbednosti 38%, sledi dodatno radno vreme vrtića 27%, popust na opremu i odeću dece 25,5% (tabela 2.3), čime bi roditeljske dužnosti koje se tiču

čuvanja podizanja i vaspitanja dece bila znatno olakšana. Kako svaka društvena promena u ekonomiji, kulturi, urbanom prostoru se odmah odražava na svakodnevni život pojedinca i ovakva promena životnih uslova utiče na porodicu. Jer porodica nije samo rezonantna kutija ovih promena, ona u njima aktivno učestvuje.[26]

Tabela 2.4 *Pol i trenutni broj dece, broj dece koji bi roditelji želeli pod trenutnim, i broj dece pod idealnim uslovima*

	Pol	N	M	SD	T	p
Koliko dece imate?	m	109	1,74	,658	2,983	***,003***
	ž	252	1,52	,634		
Koliko dece biste imali u trenutnim uslovima?	m	109	1,78	,737	1,593	,112
	ž	252	1,65	,724		
Koliko dece biste imali pod idealnim uslovima?	m	109	3,39	,769	6,351	***,000***
	ž	252	2,87	,674		

Izvor: Obrada autora

Tabela 2.5 *Starost i trenutni broj dece, željeni broj dece pod trenutnim i pod idealnim uslovima*

		df	F	p
Koliko dece imate?	Between Groups	2	2,161	,117
	Within Groups	355		
	Total	357		
Željeni broj dece u trenutnim uslovima	Between Groups	2	9,135	***,000***
	Within Groups	355		
	Total	357		
Željeni broj dece u idealnim uslovima	Between Groups	2	12,593	***,000***
	Within Groups	355		
	Total	357		

Post Hoc Test

Dependent Variable	(I) Старост	(J) Старост	Mean Difference (I-J)	P
Željeni broj dece u trenutnim uslovima	22-32	33-42	-,326*	,000
		43-54	-,308*	,027
	33-42	22-32	,326*	,000
		43-54	,017	,902
	43-54	22-32	,308*	,027
		33-42	-,017	,902
Željeni broj dece u idealnim uslovima	22-32	33-42	-,357*	,000
		43-54	,148	,291
	33-42	22-32	,357*	,000
		43-54	,505*	,000
	43-54	22-32	-,148	,291
		33-42	-,505*	,000

[26] Segalan, M. Sociologija porodice, Clio, Beograd, 2009, 9

Izvor: Obrada autora

T testom u tabeli 2.4 za velike nezavisne uzorke ispitano je da li postoji statistički značajna razlika među polovima kada je u pitanju trenutni broj dece, broj dece koje bi roditelji želeli pod idealnim i pod trenutnim uslovima. Rezultati pokazuju da statistički značajna razlika postoji između muškaraca i žena kada je u pitanju trenutni broj dece (t=2,98, p=0,003). Muškarci iz uzorka u proseku imaju više dece (M=1,74 vs M=1,52).

Razlika postoji i kada je u pitanju željeni broj dece pod idealnim uslovima (t=6,35, p=0,000). Muškarci žele više dece od žena (M=3,39 vs M=2,89).

Analizom varijanse (tabela 2.5) ispitano je da li postoji razlika među ispitanicima različite starosti po pitanju trenutnog i željenog broja dece. Na trenutnom broju dece ne postoji razlika među roditeljima različite starosti. Statistički značajne razlike postoje kada je u pitanju željeni broj dece pod trenutnim uslovima (F=9,13, p=0,000) i željeni broj dece pod idealnim uslovima(F=12,59, p=0,000).

Kako ANOVA analiza ne daje informacije koje grupe se međusobno razlikuju koristili smo pomoćni Popst Hoc Test da bi dobili odgovor na ovo pitanje. Pod trenutnim uslovima veći broj dece želeli bi ispitanici starosti 33 do 42 i starosti 43 do 54 u odnosu na najmlađe (22 do 32 godine). Kada je u pitanju broj dece pod idealnim uslovima, veći broj dece želeli bi ispitanici starosti od 33 do 42 godine, u odnosu na one u dobi, od 22 do 32 i 43 do 54 godine.

Hi kvadrat testom ispitana je povezanost pitanja: koliko dece biste želeli da imate u idealnim uslovima i veličine mesta življenja ispitanika. Utvrđeno je da ne postoji statistički značajna povezanost dve varijable, tj. ravnomerno su raspoređeni odgovori u kojima dominira želja za troje dece.

Kako su kao tri najvažnija uslova za većim brojem dece novčani, prava na finansijsku podršku jesu naknada zarade za vreme porodiljskog odsustva, roditeljski dodatak, dečiji dodatak , regresiranje boravak u predškolskoj ustanovi za materijalno ugrožene itd[27] što svakako nije dovoljno i nije uslov odluke jer je vid pomoći najugroženijima veća odgovornost društva u pomoći roditeljstvu i stambeni, ispitali smo njihovu povezanost prema području življenja. Rezultati su pokazali da su novčani uslovi dominantniji u područjima sa manjim brojem stanovnika, čak 80,5 % (tabela 2.6) postoji statistički značajna povezanost dve varijable (χ^2=9,28, p=0,026). Uslovi povećane društvene odgovornosti i boljeg posla ne pokazuju statističku povezanost odnosno ispitanici ravnomerno navode to kao jedan od uslova .

U tabeli 2.8 sprovedena je višestruka linearna regresija, kako bi se ocenio uticaj više faktora na trenutni broj dece. Modelom je obuhvaćeno 5 nezavisnih varijabli (Živite u području, Da li uspevate da u svojoj neposrednoj okolini (10 do 15 min hoda) zadovoljite svakodnevne potrebe Vaše porodice? Koje su po Vašem mišljenju mere koje društvo treba da preduzme u cilju poboljšanja ostvarivanja rod.prava? Da društo preuzme veću odgovornost za pomoć porodicama sa decom i da imam više novca). Model je statistički značajan (F=9,30, p=0,000).

[27] Zakon o finansijskoj podršci porodici sa decom, *Sl.glasnik 46)21*, čl.11

Tabela 2.6 *Područje – da imam više novca*

Područje		Da imam više novca		ukupno
		da	ne	
Do 10.000 stanovnika	Ukupno	50	12	62
	%	80,6%	19,4%	100,0%
Do 50.000 stanovnika	Ukupno	38	13	51
	%	74,5%	25,5%	100,0%
Od 50.000 do 100.000	Ukupno	46	12	58
	%	79,3%	20,7%	100,0%
Preko 100.000 stanovnika	Ukupno	122	68	190
	%	64,2%	35,8%	100,0%
	Ukupno	256	105	361
	%	70,9%	29,1%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	P
Pearson Chi-Square	9,288[a]	3	***,026***
Likelihood Ratio	9,508	3	,023
Linear-by-Linear Association	7,024	1	,008
N of Valid Cases	361		

Izvor: Obrada autora

Tabela 2.7 *Područje– Koje su prema Vašem mišljenju mere koje društvo treba da preduzme radi pomoći roditeljima u realizaciji njihovih prava*

Područje:		Dodatno radno vreme vrtića	Popust na knjige i školski pribor	Uvođenje dodatnih mera bezbednosti od strane države	Uvođenje popusta na kupovinu opreme i odeće	Uvođenje popusta na ulaznice za kulturne i sportske manifestacije i aktivnosti	ukupno
do 10.000 stanovnika	Ukupno	4	0	20	38	0	62
	%	6,5%	0,0%	32,3%	61,3%	0,0%	100,0%
do 50.000 stanovnika	Ukupno	5	2	27	10	7	51
	%	9,8%	3,9%	52,9%	19,6%	13,7%	100,0%
od 50.000 do 100.000	Ukupno	13	1	28	9	7	58
	%	22,4%	1,7%	48,3%	15,5%	12,1%	100,0%
preko 100.000 stanovnika	Ukupno	76	8	62	35	9	190
	%	40,0%	4,2%	32,6%	18,4%	4,7%	100,0%
	Ukupno	98	11	137	92	23	361
		27,1%	3,0%	38,0%	25,5%	6,4%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	P
Pearson Chi-Square	87,157[a]	12	***,000***
Likelihood Ratio	87,684	12	,000
Linear-by-Linear Association	39,853	1	,000
N of Valid Cases	361		

Izvor: Obrada autora

4.1 Regresiona analiza uticaja većeg broja faktora na željeni broj dece

Tabela 2.8 *Uticaj više faktora na trenutan željeni broj dece*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,340[a]	,116	,103	,614

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
1	Regression	17,539	5	3,508	9,308	,000[b]
	Residual	133,786	355	,377		
	Total	151,324	360			

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,265	,265		4,772	,000
Živite u području:	-,136	,031	-,245	-4,374	***,000***
Da li uspevate da u svojoj neposrednoj okolini(10 do 15 min hoda) zadovoljite svakodnevne potrebe Vaše porodice?	,170	,054	,166	3,139	***,002***
Koje su prema Vašem mišljenju mere koje društvo treba da preduzme u cilju ostvarivanja roditeljskih prava	,007	,027	,013	,238	,812
Da društvo preuzme veću odgovornost	,007	,070	,005	,100	,920
Da imam više novca	,182	,078	,127	2,341	***,020***

Izvor: Obrada autora

Varijable: Živite u području, Da li uspevate da u svojoj neposrednoj okolini (10 do 15 min hoda) zadovoljite svakodnevne potrebe Vaše porodice delimično zadovoljavnje potreba je najzastupljenije 56,23%, potpuno 32,13 i ne mogu da zadovolje osnovne potrene 11,63% ispitanika; i varijabla da imam više novca utiču na trenutni broj dece. Najjači uticaj ima veličina mesta življenja, sledi zado-

voljenje potreba porodice u neposrednom okruženju i na kraju je želja da se ima više novca.

Regresioni model objašnjava 10% varijanse zavisne promenljive, jer prilagođeni koeficijent determinacije iznosi (Adjusted Square R 0,103) **.**

5. Zaključna razmatranja

Kontinuiran pad prirodnog priraštaja, uzrokovan brojnim faktorima kao što su: migracije, ratovi, nezaposlenost, novi životni trendovi itd. primetan je poslednjih decenija u Republici Srbiji. Roditelji i oni koji se još nisu odlučili na takav odgovoran korak, svesni su svojih obaveza i dužnosti regulisanih zakonom koje se tiču podizanja i staranja o ličnosti deteta. Sprovedenim istraživanjem i uvidom u statističke podatke možemo zapaziti određene konstante na nivou Republike i specifičnosti prema veličini lokaliteta, te shodno tome i primeniti sistem mera koji ne moze biti unificiran. Iako je prosečan broj dece u porodici dvoje, nažalost to je isti broj dece koji bi u trenutnim okolnostima roditelji želeli da imaju. U idealnim okolnostim roditelji bi želeli da imaju troje dece. Postoji pozitivna korelacija između trenutnog broja dece i broja dece pod idealnim okolnostima, odnosno što je trenutni broj dece veći, željeni broj dece se povećava.

Sa aspekta polne, starosne i socio-ekonomske strukture ispitanika prema veličini područja, možemo zaključiti sledeće:

- muškarci žele veći broj dece od žena nezavisno od područja življenja.
- roditelji starosne dobi od 32 do 42 godine i starosne kategorije od 43 do 53 bi želeli veći broj dece pod trenutnim uslovima u odnosu na najmlađe roditelje (22 do 32 godine).
- kada je u pitanju broj dece pod idealnim uslovima, veći broj dece želeli bi ispitanici starosti od 33 do 42 godine, u odnosu na one u dobi od 22 do 32 i 43 do 54 godine. Tako da ciljna populacija koja zahteva neophodne mere društva na planu roditeljstva su upravo roditelji najmlađe starosne strukture ispitanika 22 do 32 godine.

Podsticanje zapošljavanja mladih, čime se obezbeđuju ekonomske osnove roditeljskog prava i svakako podsticaj mladih na veći broj dece je nužna mera, s obzirom da je uslov zaposlenja kao socio-ekonomski indikator pokazao značajnu statističku povezanost naročito u području do 50.000 stanovnika.

Najvažniji uslov pod kojim bi ispitanici odlučili da se ostvare kao roditelji je da imaju više novca (70,9%), sledi da društvo preuzme veću odgovornost za pomoć roditeljima (56,7%). Na trećem mestu je poboljšanje stambenog pitanja (39,05%). Stambeni uslovi su jedan od vodećih uslova ravnomerno raspoređen nezavisno od veličine područja življenja, tako da su mere na ovom planu neizo-

stavne u kreiranju državnih mera populacione politike. Subvencionisanje porodičnih stanova (za porodice sa troje i više dece) je jedan od prioriteta kojem treba posvetiti pažnju. Rešenja mogu biti brojna: od stanova u državnom vlasništvu i njihovom izdavanju po posebnim kriterijumima, direktnim subvencijama porodicama sa niskim dohotkom, državno preuzimanje jednog dela kamatne stope, subvencije graditeljima u vidu poreskih olakšica, program vaučera po uzoru na US države i sl.

Proučavanjem broja dece u porodici prema područjima uočava se primenom Hi kvadrat testa značajna statistička povezanost dve varijable. Ukrštanjem ove dve pojave došli smo do zaključka da su porodice sa jednim detetom najbrojnije u području preko 100.000 stanovnika, kako uslov zaposlenja nije preovlađujući u ovom području, mere koje treba preduzeti su oni uslovi za većim brojem dece na kojima je pokazana najveća frekvencija odgovora, a to su osim novčanih uslova šire društvene mere u vidu uvođenja mera bezbednosti i dodatnog radnog vremena obdaništa u večernjim časovima kako bi se pravo na vaspitanje i čuvanje deteta adekvatno ispoštovalo kod zaposlenih roditelja i usklađivanja rada i roditeljstva.

Utvrđeno je da postoji statistički značajna povezanost dve varijable željenog broja dece u trenutnim životnim okolnostima i veličine područja (χ^2=18,93, p=0,026). U malom području do 50.000, 11.8% se izjasnilo da ne želi decu pod trenutnim uslovima života koji nisu odgovarajući, preovlađujući broj odgovora kao uslova većeg broja dece su novčana davanja i povećana aktivacija društva. Tom u prilog svedoči i dominantan odgovor uvođenja popusta za opremu i odeću dece od čak 61,3% ispitanika u području do 10.000 dok je on u području preko 100.000 samo 18%.

Implikacije rezultata istraživanja ukazuju na različite potrebe, a shodno tome i raznolikost društvenih mera prema područjima i uslovima življenja, čime u potpunosti možemo podstaći planirano roditeljstvo i moralnu odgovornost koju ono nosi.

Literatura:

- Bram, S. (2009) Through the lokking glass:Voluntary childlessness as a mirror for contemporarz changes in the meaning of parenthood, The first child family formation, London, p 361-289
- Draškić M, (2015), Porodično pravo i prava deteta, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, 2015.str 27
- Gavrilović, A. (2006) Populaciona edukacija, Društvo demografa Srbije, Beograd, Str.12
- Gidens, E. (2005) Odbegli svet, Stubovi kulture, Beograd, str. 147
- Hess, r. Social class and ethnic influences on socialization, Carmichael's manzel of child psihology, p120-126

- Jakič–Kozaričanin, L.(2003) Starost između države i porodice, Sl.glasnik Beograd
- Kapor Stanulović, N. (2018) O roditeljima, Beograd, str8.
- Milić, A. (2009), Sociologija porodice, Čigoja, Beograd, str.175
- Mučibabić, M(2010) Porodica kontraverze i izazovi, Licej, Beograd
- Obradović, Ž.(2011) Geopolitika Srbije, Megatrend univerzitet, Beograd, str. 88.
- Polovina, N. (2011) Porodica u sistemskom okruženju, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, str.50
- Ponjavić, Z. (2009) Privatizacija porodice i porodičnog prava, Sl.glasnik, Beograd, str.152
- Porodični zakon, Službeni glasnik Republike Srbije,18/2005,72/2011,6/2015
- Saopštenje br.163 godMMXIV, 30.6.2014. Vitalni događaji, RZS, Beograd, 2014
- Saopštenje br180, godLXXI, 1.7.2021. Statistika stanovništva, RZS, Beograd, 2021.
- Saopštenje br.203, god.LXXI 26.07.2021, Statistika stanovništva, RZS, Beograd, 2021
- Segalan, M.(2009) Sociologija porodice, Clio, Beograd, 9
- Ustav RS, Službeni glasnik RS br. 98/2006, čl.63
- Valetas, M, (2017) Le nom des femmes mariees dans lUnion europeene, Population et societes, n367
- Zakon o finansijskoj podršci porodici sa decom, Sl.glasnik 46)21, čl.11
- Zakon o regionalnom razvoju, Službeni glasnik RS, br.51/2009, 30/2010, čl. 2
- https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/stanovnistvo/procene-stanovnistva/
- https://www.stat.gov.rs/sr-Latn/oblasti/stanovnistvo
- https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/stanovnistvo/projekcije-stanovnistva/
- https://www.issa.nl/sites/default/files/u290/About%20Parents.pdf

Ana Grbić
Mirjana Tankosić

UDC 347.6(497.11)
316.356.22(497.11)

DOI: 10.5937/MegRev2201067G
Review scientific paper
Received 15.09.2021.
Approved 02.10.2021.

SOCIO-LEGAL ASPECTS AND ETHICS OF PARENTHOOD IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract: *Faced with the fact that natural increase in the Republic of Serbia is in continuous decline, fulfillment in the role of parents is undoubtedly of great importance, both for individuals who takes one of the most responsible roles during life, and for specific society and future generations. Parental law as a system of duties arising from it, form a wide range of social and legal determinants of the future of parents and are correlated with the rights of the child. In this paper, using the method of survey research of a sample of parents, we have presented the most important social conditions whose satisfaction is the norm for the child birth and child upbringing. As the natural increase has significant deviations according to the regions, individual activities at the level of the most endangered local self-government units are the only way for the society to invest in the development of offspring and timely preservation of parental rights, primarily caring for the child's personality. Child birth and parenthood are not only a private matter of an individual, but it is in the interest of society to conduct population policy in accordance with the needs of a particular society. In this way, the chain of human social reproduction is maintained, which is always subject to normative regulation (both legal and moral).*

Key *words: natural increase, parental rights, social conditions, public, ethics*

Aleksandra Nikolova Marković*

UDK 342.721
347.78:004.738.5

DOI: 10.5937/MegRev2201085N
Pregledni naučni članak
Primljen 15.11.2021.
Odobren 10.01.2021.

LIČNA PRAVA I PRAVA AUTORSTVA NA INTERNETU

Sažetak: *U ovom naučnom radu urađena je analiza načina ostvarivanja i zaštite ličnih prava i prava autorstva na internetu. Prilikom istraživanja i izrade naučnog rada, korišćene su metode analize i induktivno-deduktivni metod. Brzo širenje digitalnih tehnologija i interneta izazvalo je duboke društvene promene i poremećaje. Zahvaljujući njihovom brzom i nepredvidivom razvoju na globalnom nivou, određene pojave koje su u prošlosti bile nezamislive danas su uobičajene i predstavljaju veliki izazov za pojedince i kompanije, kao i za države. Pojava interneta i digitalne tehnologije takođe je promenila način na koji se lična i autorska prava ostvaruju i ugrožavaju. Autor je došao do zaključka da doba razvoja digitalnih tehnologija i interneta ima snažan uticaj na ličnim pravima i na prava autorstva, kao i na već uspostavljeni pravni okvir za njihovu zaštitu, kako na lokalnom tako i na međunarodnom nivou.*

Ključne reči: *lična prava, prava autorstva, intelektualna svojina, digitalna tehnologija, internet*

* Docent, Pravni fakultet, Megatrend Univerzitet, Beograd, Srbija; anikmarkovic@gmail.com

1. Uvod

Intenzivan razvoj digitalnih tehnologija i brzina pojave novih tehnologija premašili su očekivanja, čak i njihovih kreatora. Danas je naša svakodnevica nezamisliva bez savremenih tehnologija, posebno bez informaciono-komunikacionih tehnologija. Digitalna tehnologija i internet danas preovlađuju u svim sferama našeg života i utiču na promenu našeg društva, kulture, politike i privrede. Pojava novih digitalnih tehnologija i interneta rezultirala je digitalnom revolucijom koja je transformisala postojeći način komunikacije, dostupnosti i razmene informacija. Neosporno je da je razvoj digitalnih tehnologija i interneta doneo mnoge koristi, ali je i otvorio mnoga pitanja koja još uvek ne mogu da isprate brzi razvoj promena koje donosi razvoj digitalnih tehnologija. Nepredvidiv razvoj digitalnih tehnologija i interneta predstavlja pretnju po zaštitu ličnih i autorskih prava i otvara etičke i moralne dileme za kompanije koje rade na razvoju novih digitalnih tehnologija. Jedan od najvećih izazova u digitalnom dobu je: zaštita i promovisanje slobode izražavanja, onlajn privatnosti i garantovanje i zaštita intelektualne svojine, odnosno autorskih prava. U prvom delu ovog teksta biće analizirane prednosti i izazovi koje donosi pojava i razvoj digitalnih tehnologija i interneta. U drugom delu ovog rada objasnićemo koja prava su lična prava, objasnićemo razliku između ličnih prava i ljudskih prava i analiziraćemo potencijalne opasnosti po lična prava koja proizilaze iz upotrebe digitalnih tehnologija i interneta. U trećem delu ćemo objasniti šta su autorska prava, opasnosti po autorska prava koja proizilaze iz korišćenja digitalnih tehnologija i interneta, i pokušaćemo da damo predloge za zaštitu autorskih prava na internetu.

2. Prednosti i opasnosti koji su izazvali razvoj digitalnih tehnologija i internet

Pojava interneta i digitalnih tehnologija dovela je do toga da privrede i društva postanu veoma zavisna od njih i da se na njih oslanjaju. Ovo ima mnogo implikacija na lična i autorska prava građana, kako pozitivne tako i negativne. Jedna od prednosti pojave interneta i digitalnih tehnologija je mogućnost da se obezbede alati koji pomažu ljudima da ostvare i zaštite svoja prava promovisanjem prava na slobodu mišljenja i izražavanja. Uz pomoć internet platformi može se doći do velikog broja korisnika i na taj način se mogu deliti određene informacije. Internet platforme takođe nude brojne mogućnosti nosiocima autorskih prava da dopru do šire publike i da se upoznaju sa njihovim radom. Sve veći razvoj interneta i digitalne tehnologije takođe dolazi sa rizicima i pretnjama koje mogu potkopati i osnovna lična i autorska prava. Zlonamerne grupe i organizacije imaju na raspolaganju niz alata za ovu svrhu, od širenja dezinformacija do masovnog nadzora na mreži i mogućnosti ograničavanja onlajn diskursa. U

pogrešnim rukama, digitalni alati se mogu koristiti za širenje lažnih ili obmanjujućih informacija u velikim razmerama. Cilj su uglavnom ranjive zajednice i pojedinci, a napadi se izvode sa sve većom sofisticiranošću i brzinom. Takođe, jedna od opasnosti je i opasnost od nelegalnog preuzimanja i daljeg deljenja podataka, čime se umnogome ugrožavaju autorska prava. Određene zemlje i organizacije koristile su ciljano gašenje interneta i druge taktike da ograniče protok i nelegalnu razmenu podataka sa ciljem da nametnu kontrolu digitalnih usluga. S obzirom na sve potencijalne opasnosti po lična i autorska prava internetu, države i međunarodne organizacije moraće da prihvate da nije moguće zaštititi lična prava i autorska prava primenom različitih pristupa na onlajn i oflajn delovanju. Takođe je važno shvatiti da nije moguće primeniti jedinstven i univerzalan model u svim zemljama za zaštitu ličnih i autorskih prava na internetu, već je neophodno uspostaviti strateški pristup na međunarodnom nivou.

3. Lična prava na internetu

Lična prava su možda najstarija prava koja se tiču ličnosti čoveka, njegovog dostojanstva i privatnosti. U literaturi, često puta se kaže da su lična prava u suštini, prava prve kategorije prava. Pre objašnjenja suštine ličnih prava i njihove zaštite i načina zloupotrebe interneta, potrebno je pojedinačno objasniti pojmove lična prava i ljudska prava. U literaturi se primećuje da se pojmovi lična prava i ljudska prava često koriste kao sinonimi, ali postoje određene razlike koje ćemo objasniti u tekstu koji sledi. Ljudska prava proizilaze iz prirodnog prava i to su prava koja čovek dobija zato što je ljudsko biće, odnosno ljudska prava koja se stiču rođenjem. Ljudska prava su univerzalno zaštićena Deklaracijom Ujedinjenih nacija o ljudskim pravima, usvojenom 1948. godine. Ljudska prava se smatraju najosnovnijim pravima koja svaka osoba na zemlji može imati. Za ova prava se kaže da pokrivaju osnovne potrebe ljudskog postojanja.[1] Poređenja radi, lična prava su kontekstualna, što znači da imate pravo na određena lična prava ako ste građanin određene zemlje, nacije ili države. Lična prava su osmišljena da zaštite slobodu pojedinca od raznih zloupotreba od strane države, raznih organizacija i pojedinaca. Ona štite od diskriminacije u građanskom i političkom društvu, ali ta zaštita zavisi od države ili nacije kojoj građanin pripada.[2].Lična prava odnose se naprava privatne ličnost čoveka i njegovo učešće u javnim poslovima svoje države. Ustav daje pojedincu garancije od sudskih i upravnih vlasti, ali i posebna lična prava koja mogu biti spoljašnja (njima se štiti fizički integritet čoveka – pravo na život, nepovredivost stana, sloboda kretanja i nastanjivanja, pravo na slobodu i bezbednost...) i unutrašnja (kojima se štiti duhovni integri-

[1] L.Wade (2020), What is the difference between human rights and civil rights?

[2] E.Turney (2021), Human rights vs.Civil rights, US Institute of diplomacy and human rights

tet – sloboda misli, savesti i veroispovesti, sloboda mišljenja i izražavanja, sloboda izražavanja nacionalne pripadnosti...).[3] Dok su ljudska prava univerzalna u svim zemljama, građanska prava se umnogome razlikuju od jedne do druge države. Nijedna država ne može bez reperkusija lišiti čoveka ljudskog prava, ali različite države mogu davati ili uskratiti različita lična prava i slobode njihovim građanima. Pojmovi ljudska prava i lična prava međusobno se prepliću i važno je napomenuti da su lična prava u suštini ljudska prava koja su predviđena u zakonodavstvu jedne države. Takođe, za razliku od ličnih prava, ljudska prava nije moguće menjati pravnim aktom jedne države, nego su ona zaštićea i međunarodnim pravom i univerzalno se primenjuju. U nastavku ovog rada, biće urađena analiza ličnih prava koja su predviđena u Ustavu Republike Srbije.

Ustav Republike Srbije[4] kao lična prava prepoznaje sledeće kategorije prava:

- *Pravo na dostojanstvo i slobodan razvoj ličnosti*. Saglasno čl. 23 Ustava Republike Srbije, ljudsko dostojanstvo je neprikosnoveno i svi su dužni da ga poštuju i štite. Svako ima pravo na slobodan razvoj ličnosti, ako time ne krši prava drugih zajamčena Ustavom;[5]
- *Pravo na život* je predviđeno kako apsolutno pravo, a ljudski život neprikosnoven. Saglasno čl. 24 Ustava Republike Srbije, u Srbiji nema smrtne kazne i zabranjeno je kloniranje ljudskih bića.[6] Iako Ustav Republike Srbije propisuje da je pravo na život kao apsolutno pravo, od ovog pravila postoje određeni izuzeci, koji su predviđeni Evropskom konvencijom za zaštitu ljudskih prava i sloboda;
- *Pravo na nepovredivost fizičkog i psihičkog integriteta*, je predviđeno kao pravo koje ima apsolutni karakter. Saglasno čl. 5 Ustava Republike Srbije, integritet ljudskog bića je nepovrediv; niko ne može biti izložen mučenju, nečovečnom ili ponižavajućem postupanju ili kažnjavanju, niti izložen medicinskim i naučnim ogledima bez svog pristanka;[7]
- *Pravo na slobodu i bezbednost* kao jedno od osnovnih ličnih prava, odnosi se na protivzakonito lišavanje slobode ličnosti. Saglasno čl. 27 Ustava, niko ne može biti lišen slobode, osim po postupku i u slučajevima koji su propisani zakonom, a u skladu sa Ustavom. Lice koje je lišeno slobode mora se odmah obavestiti o razlozima lišenja slobode, o optužbi, svim svojim pravima i ima pravo da o tome i bez odlaganja obavesti osobu po svom izboru;[8]
- *Sloboda kretanja i nastanjivanja* podrazumeva pravo svakog lica da se kreće i nastanjuje na celoj teritoriji Republike Srbije. Saglasno čl. 39 Ustava, svako

[3] Marković, R. (2016), Ustavno pravo, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, str. 469

[4] Ustav Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[5] V. Član 23 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[6] V. Član 24 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[7] V. Član 25 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[8] V. Član 26 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

ima pravo da se slobodno kreće i nastanjuje u Republici Srbiji, da je napusti i da se u nju vrati. Sloboda kretanja i nastanjivanja i pravo da se napusti Republika Srbija mogu se ograničiti zakonom, ako je to neophodno radi vođenja krivičnog postupka, zaštite javnog reda i mira, sprečavanja širenja zaraznih bolesti ili odbrane Republike Srbije.[9]

- *Tajnost pisama i drugih sredstava opštenja*. Sadržina pisama i drugih sredstava opštenja (elektronska pošta, telefon, i sl.) su nepovredivi, uz predviđena odstupanja. Saglasno čl. 41 Ustava, tajnost pisama i drugih sredstava komuniciranja je nepovrediva. Odstupanja su dozvoljena samo na određeno vreme i na osnovu odluke suda, ako su neophodna radi vođenja krivičnog postupka ili zaštite bezbednosti Republike Srbije, na način predviđen zakonom;[10]
- *Pravo na zaštitu podataka o ličnosti*. Saglasno čl. 42 Ustava, zajemčena je zaštita podataka o ličnosti. Prikupljanje, držanje, obrada i korišćenje podataka o ličnosti uređuju se zakonom. Zabranjena je i kažnjiva upotreba podataka o ličnosti izvan svrhe za koju su prikupljeni, u skladu sa zakonom, osim za potrebe vođenja krivičnog postupka ili zaštite bezbednosti Republike Srbije, na način predviđen zakonom. Svako ima pravo da bude obavešten o prikupljenim podacima o svojoj ličnosti, u skladu sa zakonom, i pravo na sudsku zaštitu zbog njihove zloupotrebe;[11]
- *Sloboda misli, savesti i veroispovesti* podrazumeva slobodu svakog lica na svoje mišljenje, da stiče nova saznanja i da razvija ili menja svoja uverenja u svim aspektima života (politika, ideologija, ekonomija, kultura, religija...);[12]
- *Sloboda mišljenja i izražavanja*. Saglasno čl. 46 Ustava, jemči se sloboda mišljenja i izražavanja, kao i sloboda da se govorom, pisanjem, slikom ili na drugi način traže, primaju i šire obaveštenja i ideje. Sloboda izražavanja može se zakonom ograničiti, ako je to neophodno radi zaštite prava i ugleda drugih, čuvanja autoriteta i nepristrasnosti suda i zaštite javnog zdravlja, morala demokratskog društva i nacionalne bezbednosti Republike Srbije.[13]

Sloboda mišljenja i izražavanja je jedno od najvažnijih ličnih prava. Sloboda izražavanja služi kao polazna tačka za ostvarivanje svih ostalih ličnih prava. Sloboda mišljenja i izražavanja je stub zdravog demokratskog društva i doprinosi društvenom i ekonomskom razvoju, omogućavajući slobodan protok ideja potrebnih za inovacije i povećavajući odgovornost i transparentnost.[14] Sloboda izražavanja na internetu i brzina širenja informacija u virtuelnom prostoru ponekad se mogu zlo-

[9] V. Član 39 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[10] V. Član 41 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[11] V. Član 42 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[12] M. Živković, D. Simović (2009), Ustavno pravo, str. 90

[13] V. Član 46 Ustava Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006

[14] https://en.unesco.org/70years/freedom_of_expression, pristupeno na 20.12.2021.

upotrebiti i uputiti trećim licima. Kao rezultat toga, poslednjih godina je povećan broj podnetih tužbi za klevetu nastalu izražavanjem mišljenja i stavova internetu. Iako svaki građanin jedne države ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja, od izuzetnog značaja je da on deluje odgovorno, odnosno sa svojim pravom na slobodu mišljenja i izražavanja ne povređuje lična prava drugih osoba. Kako što smo već pomenuli, države imaju pravo da ograniče pravo na slobodu mišljenja i izražavanja samo u određenim situacijama, u cilju zaštite nacionalne sigurnosti ili u slučaju kada se ovo pravo koristi za širenje govora mržnje i/ili diskriminacije drugih ljudi. Države, međutim, često prelaze granice i zloupotrebljavaju svoju ulogu i krše pravo na slobodu mišljenja i izražavanja. Oni to čine blokiranjem određenih sadržaja na internetu, potpunom zabranom pristupa određenim medijima ili društvenim mrežama i drugim sličnim načinima.[15] U određenim državama, vlade nadziru aktivnosti svojih građana do te mere, da to dovodi do ubistava ili zatvaranja pojedinaca i novinara, dok suprotno tome, pojedini novinari ili pojedinci, rizikuju zatvorske kazne zbog kritika režima ili deljenja sadržaja na internetu, kao na primer u vezi sa religijom ili politikom.[16] U doba digitalne tehnologije, *pravo na privatnost*, takođe, je pod velikim rizikom. Pravo na privatnost usko je povezano sa nepovredivost fizičkog i psihičkog integriteta i pravom na slobodno izražavanje i kao takvo veoma je složeno pitanje i teško ga je definisati. Prema tome, privatnost je višestrana kategorija i uključuje pravo zaštite ličnih podataka (lični podaci - ime, prezime, identifikacioni broj, datum rođenja, itd.), privatnost komunikacije (e-mail, telefon i drugi oblici komunikacije) i teritorijalnu privatnost (nepovredivost unutar privatnog prostora).[17] Pravo zaštite ličnih podataka i privatnost komunikacije izloženi su velikim rizikom pri korišćenju interneta i digitalnih tehnologija, koja mogu u velikoj meri da budu ugrožena. Najjednostavniji primer potencijalne opasnosti za prava privatnosti su web sajtovi i aplikacije koje se koriste na internetu. Da bi počeli da ih koriste, brojne aplikacije i sajtove zahtevaju dozvolu za korišćenje korisničkih informacija, a korisnici da bi mogli da koriste te aplikacije ili sajtove, bez razmišljanja daju dozvolu. Slična situacija je i sa upotrebom "kolačića" koji su instalirani na korisnikovom uređaju i dozvoljavaju web lokacijama i aplikacijama da prikazuju ciljne oglase koji su određeni prethodnom pretragom korisnika.[18] Zahvaljujući online mogućnosti rezervacije hotela, avio karata i sl., korisnik je dužan dati svoje lične podatke kao što su ime, prezime, adresu prebivališta, broj kreditne kartice i sl., u nadi da su kompanije pronašle rešenje za zaštitu njegovih ličnih podataka i da

[15] Nikolova Marković, A. (2019), Digitalne tehnologije i zaštita ljudskih prava, Zbornik radova XVI Međunarodnog naučnog skupa „Pravnički dani – Prof. dr Slavko Carić", Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Pravni fakultet u Novom Sadu, str. 336-347

[16] Surveillance and Censorship: The Impact of Technologies on Human Rights, European Parliament, Directorate-General for External policies, 2015, str.10

[17] Nikolova Marković, A. (2019), Digitalne tehnologije i zaštita ljudskih prava, Zbornik radova XVI Međunarodnog naučnog skupa „Pravnički dani – Prof. dr Slavko Carić", Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Pravni fakultet u Novom Sadu, str. 336-347

[18] Ibid.

u budućnosti njihovi lični podaci neće doći u ruke treće osobe da ih zloupotrebi.[19] Ovo su samo nekih od primera gde ličnim pravima preti opasnost da budu ugrožene pri korišćenju digitalnih tehnologija i interneta. Ličnim pravima preti opasnost ugrožavanja kako od strane pojedinca, tako od strane države. Kako bi lična prava bila zaštićena i korisnicima bilo dozvoljeno da u potpunosti uživaju ta prava u granicama predviđenim Ustavom, preporuka je da kontrola koju države imaju u digitalnoj sferi, bude usmerena na sprečavanje širenja govora mržnje, diskriminacije, netolerancije na manjine, ksenofobije, migrante i preduzimanje odgovarajućih mera za zaštitu ugroženih kategorija.

4. Prava autorstva na internetu

Saglasno Zakonu o autorskom i srodnim pravima,[20] autorsko delo je originalna duhovna tvorevina autora, izražena u određenoj formi, bez obzira na njegovu umetničku, naučnu ili drugu vrednost, njegovu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njegove sadržine. Intelektualna svojina dela pripada njegovom autoru, jer ga je on stvorio. To znači da su dela automatski zaštićena i stoga formalna registracija nije neophodna da bi se priznalo i poštovalo autorstvo ovih dela. Autorskim delom smatraju se, naročito:

1) pisana dela (knjige, brošure, članci, prevodi, računarski programi sa pratećom tehničkom i korisničkom dokumentacijom u bilo kojem obliku njihovog izražavanja, uključujući i pripremni materijal za njihovu izradu i dr.);
2) govorna dela (predavanja, govori, besede i dr.);
3) dramska, dramsko-muzička, koreografska i pantomimska dela, kao i dela koja potiču iz folklora;
4) muzička dela, sa rečima ili bez reči;
5) filmska dela (kinematografska i televizijska dela);
6) dela likovne umetnosti (slike, crteži, skice, grafike, skulpture i dr.);
7) dela arhitekture, primenjene umetnosti i industrijskog oblikovanja;
8) kartografska dela (geografske i topografske karte);
9) planovi, skice, makete i fotografije;
10) pozorišna režija.[21]

[19] Bisson, C., Bochet, J.(2017), Human rights in the digital age: international and European legal framework, III Meeting of Human Rights, Human rights in the digital age, p.13

[20] Zakon o autorskom i srodnim pravima (Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011, 119/2012, 29/2016 - odluka US i 66/2019)

[21] V. čl.2 Zakona o autorskom i srodnim pravima (Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011, 119/2012, 29/2016 - odluka US i 66/2019)

Potrebno je da se naglasi da su svi materijali koje autor kreira, kao što su prezentacije, izveštaji, projekti, video snimci, blogovi, teze i tako dalje, zaštićeni autorskim pravima, bez obzira na njihov format (na papiru, audiovizuelni, na internetu itd.). Svi autori, imaju mogućnost da svoja dela zaštite nizom prava koja im daju potpuni i isključivi kapacitet da iskorišćavaju ta ista dela. Postoje dve vrste autorskih prava: moralna prava i imovinska prava. Moralna prava su lična i neotuđiva. Neka od ovih prava su vremenski neograničena: na primer, pravo autora da bude priznat i pravo na integritet dela traju neograničeno. Priznavanje autorstva i integriteta dela su najvažnija moralna prava, kako i pravo na deljenje određenog dela. Imovinska prava imaju vremenska ograničenja. Njihovo trajanje zavisi od zakonodavstva svake države. U Republici Srbiji imovinska prava autora traju za života autora i 70 godina posle njegove smrti.[22] Imovinska prava i prava eksploatacije su prenosiva prava, što znači da se mogu prodati, ustupiti ili podeliti sa trećim licima, bilo da je to u ekonomske svrhe ili ne. To znači da vlasništvo nad pravima eksploatacije ne pripadaju uvek autoru, pošto ih je ovaj mogao ustupiti ili prodati trećoj strani.

Sa razvojem interneta i digitalnih tehnologija, autorska prava se suočavaju sa velikim izazovom. Postavlja se pitanje da li su se autorska prava dovoljno prilagodila pojavi interneta i digitalnih tehnologija ili su nove digitalne tehnologije i internet preopteretili već uspostavljeni autorski sistem i da li ga treba preispitati? Razmena različitih informacija i podataka na internetu predstavlja najveći rizik za zaštitu autorskih prava. Takođe, veliki rizik za autorska prava je brzina širenja informacija u dobu interneta. Ako se informacija neovlašćeno deli na internetu, ona može doći do velikog broja korisnika u roku od nekoliko sekundi. Međutim, i pored svih nedostataka, u doba interneta postoje različiti načini otkrivanja neovlašćene razmene podataka, odnosno kršenja autorskih prava. Neovlašćeno korišćenje i razmena podataka na internetu, u najvećem broju slučajeva rezultira vođenjem sudskih sporova, u kojima je počinilac dužan da autoru nadoknadi napravljenu štetu. Tipičan primer je primer kada je kompanija Google organizovala digitalnu biblioteku knjiga u okviru koje se nalazi ogroman broj digitalizovanih knjiga, ali kompanija nije imala odobrenje od određenog broja autora za digitalizaciju njihovih knjiga pa je u sporu koji su vodili izdavači protiv Google-a tokom 2011. g. sud odlučio da je Google dužan da nadoknadi troškove autorima.[23] Na kraju, bitno je da naglasimo da se sa pojavom i razvojem interneta, karakter autorska prava polako menja i ceo koncept autorskih prava dobija alternativu u vidu otvorenog pristupa informacijama. Poslednjih godina se javlja ideja o slobodnom softveru, odnosno otvorenom sadržaju, koja radikalno menja koncept autorskih prava. Nasuprot ideji o genijalnom autoru koji svoje delo štiti autor-

[22] V. čl.102 Zakona o autorskom i srodnim pravima (Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011, 119/2012, 29/2016 - odluka US i 66/2019)

[23] D. Prlja, M. Reljanović, Z. Ivanović (2012), Internet pravo, Institut za uporedno pravo Beograd, str.12

skim pravima i drugima omogućava samo da budu pasivni korisnici suprotstavlja se ideja o autoru koji želi da omogući krajnjem korisniku da postane koautor, odnosno da može softver ili drugo delo da kopira, menja, unapređuje.[24] Tako da te nove digitalne slobode, nova digitalna kultura omogućava običnom korisniku, običnom čoveku da postane koautor, da stvori novu vrednost, novo umetničko, književno ili drugo delo. Ovakav model fundamentalno menja tradicionalno shvatanje autorskih prava.[25] Neosporno je da je pojava interneta i novih digitalnih tehnologija stavila koncept autorskih prava na veliki test. Ipak, mišljenja smo da su autorska prava više zaštićena pojavom interneta. Takođe, pojava koncepta otvorenog pristupa informacijama doprinela je da manje poznati autori lakše upoznaju širu javnost sa svojim radom, kao i da se različiti autori iz bilo kog dela sveta spoje i zajedno stvore određeno delo.

5. Zaključak

Savremeni svet se značajno promenio razvojem interneta i digitalnih tehnologija. Danas su internet i digitalne tehnologije način povezivanja ljudi širom sveta. Takođe, pojava internet i digitalne tehnologije promenila je tradicionalni način ponašanja u svim oblastima života i doprinela je da moramo stalno da tražimo nova rešenja kako bismo se prilagodili brzom razvoju digitalnih tehnologija. Pored svih pogodnosti koje pružaju internet i digitalne tehnologije, došlo je do porasta zloupotreba u vezi sa virtuelnim prostorom i povećanja slučajeva zloupotreba ličnih prva, kao i povećanja slučajeva neovlašćene razmene podataka na Internetu, a samim tim i kršenja autorskih prava. Važno je napomenuti da u zaštiti ličnih i autorskih prava na internetu nije moguće koristiti jedinstven pristup koji će podjednako važiti za sve zemlje i veoma je važno sagledavanje problema sa svih strana.

Literatura

- Bisson, C., Bochet, J.(2017):Human rights in the digital age: international and European legal framework, III Meeting of Human Rights, Human rights in the digital age
- Nikolova Marković, A. (2019): Digitalne tehnologije i zaštita ljudskih prava, Zbornik radova XVI Međunarodnog naučnog skupa „Pravnički dani – Prof. dr Slavko Carić“, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Pravni fakultet u Novom Sadu
- Marković, R. (2016): Ustavno pravo, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu

[24] Ibid.

[25] Ibid.

- Prlja, D., Reljanović, M., Ivanović, Z. (2012): Internet pravo, Institut za uporedno pravo Beograd
- Story, A. (2015):Study on Intellectual Property Rights, the Internet, and Copyright, Commission on Intellectual Property Rights
- Surveillance and Censorship: The Impact of Technologies on Human Rights, European Parliament, Directorate-General for External policies, 2015
- Turney, E. (2021): Human rights vs. Civil rights, US Institute of diplomacy and human rights
- Wade, L. (2020): What is the difference between human rights and civil rights?
- Živković, M., Simović, D. (2009): Ustavno pravo, Kriminalističko – policijska akademija, Beograd
- Ustav Repbulike Srbije (2006), Sl. glasnik RS br.98/2006
- Zakon o autorskom i srodnim pravima (Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011, 119/2012, 29/2016 - odluka US i 66/2019)
- https://en.unesco.org/70years/freedom_of_expression, pristupeno na 20.12.2021.

Aleksandra Nikolova Marković

UDC 342.721
347.78:004.738.5

DOI: 10.5937/MegRev2201085N
Review scientific paper
Received 25.11.2021.
Approved 10.01.2021.

PERSONAL RIGHTS AND AUTHOR'S RIGHTS ON THE INTERNET

Summary: *In this scientific paper, an analysis of the ways of realization and protecting personal rights and author's rights on the Internet has been done. During the research and development of the scientific paper, the methods of analysis and the inductive-deductive method were used. The rapid spread of digital communication technology has caused profound social changes and disturbances. Thanks to their rapid and unpredictable development at the global level, certain phenomena that were unthinkable in the past are common today and pose a great challenge for individuals and companies, as well as for countries. The emergence of the Internet and digital technology has also changed the way personal rights and author's rightsare achived and violated. The author came to the conclusion that the age of digital technology and the Internet has a strong impact on personal rights and author's rights, as well as on the already established legal framework for their protection, both locally and internationally.*

Keywords: *personal rights, author's rights, intellectual property, digital technology, internet*

Marko Milović*

UDK 343.126.1(497.11)

DOI: 10.5937/MegRev2201097M
Stručni članak
Primljen 21.02.2022.
Odobren 20.03.2022.

UTICAJ NA SVEDOKE, SAUČESNIKE ILI PRIKRIVAČE KAO OSNOV ZA ODREĐIVANJE PRITVORA (DILEME I MOGUĆE ZLOUPOTREBE U PRAKSI)

Apstrakt: *Uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače je jedan od najčešćih osnova za određivanje pritvora. Godinama i decenijama unazad ove odredbe se nisu menjale jer su smatrane za jasne i nedvosmislene. No, postoje situacije u kojima ovaj osnov može da bude sporan kada se odlučuje o određivanju, produžavanju ili ukidanju pritvora okrivljenom. O tome je u radu ukazano, a naročito na dileme koje postoje i moguće zloupotrebe na koje zakonodavac, a ni sudska praksa se decenijama nije „osvrtala" niti je pridavala značaj.*

Ključne reči: *pritvor, okrivljeni, uticaj na svedoke, menjanje iskaza, Zakonik o krivičnom postupku*

** Vanredni profesor, Pravni fakultet Megatrend univerziteta, Beograd, Srbija; mmilovic@megatrend.edu.rs

1. Uvodna razmatranja

O pritvoru, kao najtežoj meri za obezbeđenje prisustva okrivljenog i za nesmetano vođenje krivičnog postupka je dosta „pisano" proteklih godina i decenija. S pravom se možemo zapitati šta bi se više novo moglo reći u vezi toga, a da se ne ponavljamo!? Posmatrano hronološki, decenijama unazad razlozi za određivanje pritvora se nisu menjali. Šta više, iako se Zakon(ik) o krivičnom postupku nekoliko puta menjao, a tokom svog trajanja i veći broj odredbi tih krivičnoprocesnih zakona je „trpeo" mnogobrojne izmene i dopune – odredbe o pritvoru skoro da nisu „dirane", takoreći ostale su netaknute. Shodno tome, možemo primetiti da su te odredbe o pritvoru nekako po inerciji prenošene iz jednog Zakon(ika) o krivičnom postupku u drugi, i tako sve do danas važećeg, i oko njih se nisu vodile neke značajnije polemike i rasprave, što jasno ukazuje da su se pokazale očigledno uspešne i delotvorne tokom svog trajanja. Stoga nećemo elaborirati niti interpretirati ove odredbe, nego ćemo dati osvrt na moguće (potencijalne) manjkavosti i dileme koje mogu nastati i (nastaju) kada je reč o određivanju pritvora u smislu odredbe člana 211. stav 1. tačka 2. ZKP-a, i to u delu koji se odnosi na postojanje osobitih okolnosti koje ukazuju da će okrivljeni uticati na svedoke, saučesnike ili prikrivače.[1]

Da bi bilo jasnije citiraćemo član 211. stav 1. tačka 2. ZKP-a: „*Pritvor se može odrediti protiv lica za koje postoji osnovana sumnja da je učinio krivično delo ako…postoje okolnosti koje ukazuju da će uništiti, sakriti, izmeniti ili falsifikovati dokaze ili tragove krivičnog dela ili ako osobite okolnosti ukazuju da će ometati postupak uticajem na svedoke, saučesnike ili prikrivače*". Suštinski posmatrano, radi se o osnovu (zbog kog se određuje pritvor) jer predstavlja opasnost za dokaze, a „značajno je imati na umu da zakonodavac izričito u samom tekstu Zakonika ograničava trajanje ovako određenog pritvora momentom obezbeđenja dokaza zbog kojih je on određen".[2] Ometanje postupka uticajem na svedoka, saučesnika ili prikrivača predstavlja tzv. koluzionu opasnost[3] odnosno opasnost od dokazne opstrukcije u odnosu na dokaze koji proizilaze iz ličnih izvora saznanja.

Suština ovog zakonskog osnova za određivanje pritvora je u sprečavanju da okrivljeni vrši nedozvoljeni uticaj („tajno sporazumevanje") na lica koja su

[1] U tom smislu i S. Kosanović ističe da kada se traže osobite okolnosti koje ukazuju da će lice za koje postoji osnovana sumnja ometati postupak uticajem na svedoke, saučesnike ili prikrivače da se moraju vrednovati specifične okolnosti koje ukazuju na realan rizik. Isti autor smatra da bi bilo dobro da se ''okolnosti'' i ''osobite okolnosti'' razdvoje, ali i moguće negativne delatnosti u odnosu na lica sa statusom svedoka, saučesnika ili prikrivača. – S. Kosanović, Pritvor u krivičnom postupku, Branič, broj 2/2020, Beograd, str. 20.

[2] Više o tome: Komentar Zakonika o krivičnom postupku, autori – G. Ilić, M. Majić, S. Beljanski, A. Trešnjev, Beograd, Službeni glasnik, 2015. str. 532.

[3] Izraz ''koluzia'' na latinskom jeziku collusio izvorno predstavlja ''potajan sporazum između optuženog i svedoka u cilju prikrivanja istine''. – M. Vujaklija, Leksikon stranih reči i izraza, Prosveta, Beograd, 1961, str. 441.

ili povezana u učinjenom krivičnom delu ili znaju odnosno poseduju određena saznanja o učinjenom krivičnom delu, a sve sa ciljem da se sačuva autentičnost i verodostojnost dokaza.[4] U vezi trajanja ovako određenog pritvora, po ovom osnovu, u teoriji su postojala dva mišljenja, pa tako prema jednom shvatanju pritvor zbog koluzione opasnosti može se odrediti u toku istrage i može trajati samo do ispitivanja svedoka, saučesnika i prikrivača, na koje se očekuje uticaj okrivljenog, a najduže do okončanja istrage.[5] Drugo shvatanje, koje uglavnom danas preovlađuje, je da pritvor zbog koluzione opasnosti može se odrediti odnosno produžiti i posle okončanja istrage sve do donošenja presude.[6]

2. Dileme i moguće zloupotrebe prilikom određivanja pritvora u praksi

Poznato je da uticaj na svedoke, saučesnike i prikrivače se može ostvariti i na druge načine, a pre svega preko drugih lica koja nisu lišena slobode i koja nemaju svojstvo okrivljenih. Uticaj okrivljenog na svedoke, saučesnike ili prikrivače je samo jedna od mogućnosti u pravcu „korigovanja" ili navođenja njihovih iskaza koji bi išao u njegov prilog odnosno koji je od velikog značaja u pogledu (ne) postojanja njegove krivične odgovornosti. Stoga možemo se zapitati da li je ovaj osnov dovoljan i neophodna da zbog toga okrivljeni bude u pritvoru, pod pretpostavkom da nema drugih osnova za određivanje pritvora?! Kao što vidimo, ovaj osnov može biti problematičan, u smislu da okrivljeni bude u pritvoru, a da budu upitne osobite okolnosti zbog kojih mu je isti i određen (ili produžen).

Dosadašnja iskustva su pokazala da se ovakvim situacijama ne pridaje značaj, već se polazi od ustaljenog mišljenja da je isključivo (jedino!) okrivljeni taj koji može uticati na navedenu kategoriju lica, što smatramo pogrešno. U takvoj situaciji bi se to moglo tumačiti na način da se određivanjem pritvora okrivljenom delimično smanjuje mogućnost uticaja na svedoke, po principu okrivljeni je u pritvoru pa bar on neće moći da utiče na njih, što svakako nije dobro rešenje. U tom slučaju postojanje osobitih okolnosti iz člana 211. stav 1. tačka 2. ZKP-a u vezi određivanja pritvora se pokazuju kao izlišne i bespredmetne. Logično se možemo zapitati u situaciji kada postoje lica koja su na slobodi i koja mogu uticati na svedoke, saučesnike ili prikrivače na isti način kao i okrivljeni, koja je uopšte svrha ovog osnova za određivanje pritvora okrivljenom? Na ovu dilemu odgovor nije dala ni teorija ni sudska praksa, niti se oko ovoga uopšte vodila polemika.

---

4 D. Kalaba, Ometanje krivičnog postupka uticajem na svedoke, saučesnike ili prikrivače kao pritvorski osnov u sudskoj praksi, Branič, broj 1/2021, Beograd, 2021, str. 168.

5 Z. Jekić-Simić, Pritvor u krivičnom postupku, Anali Pravnog fakulteta u Beogradu, broj 5-6, Beograd, 1981, str. 348.

6 T. Vasiljević, Sistem krivičnoprocesnog prava, Beograd, 1981, str. 385.

Uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače može biti izraženiji i opasniji od lica bliskih okrivljenom koji je u pritvoru nego čak i od samog okrivljenog. Uticaj bi se najčešće odnosio u pravcu da svedok daje lažan iskaz odnosno da saučesnici daju odbranu koja je usaglašena sa odbranom okrivljenog prema kojem treba odrediti pritvor.[7] Ta lica bilo zbog bliskih porodičnih veza ili „poslovnih" relacija[8] sa okrivljenim, mogu da imaju motiv da utiču na svedoke u smislu sadržine iskaza na direktan ili indirektan način – bilo lično ili preko posrednika (kroz molbe, zahteve, podmićivanja putem novca ili nekim drugim vrednostima – poklonima ili uslugama, pa čak i pretnjama).[9] Upućene pretnje ovde mogu da imaju veliki efekat, obzirom da se stavlja u izgled neko zlo tom svedoku, članovima njegove porodice ili bliskim ljudima, njegovoj imovini, ako ne bude svedočio u korist okrivljenog.

Interesantno je da su izostavljeni veštaci i stručna lica kao osnov za određivanje pritvora u smislu ove odredbe, jer kao što vidimo u zakonskom tekstu ih nema, ali to ne znači da se na njih ne može vršiti uticaj na isti ili sličan način kao i na svedoke, saučesnike ili prikrivače. To što se radi o stručnim licima koja su od strane ministra pravde Republike Srbije upisani u Registar veštaka da budu veštaci nije samo po sebi garancija da su „imuni" na razne uticaje, bilo od okrivljenog, bilo od njemu bliskih lica. Pri tome, prilikom davanja iskaza pred javnim tužiocem ili pred sudom, i svedoci i veštaci polažu zakletvu (u smislu odredbe člana 96. i 119. ZKP-a), u kojem se upozoravaju da lažno svedočenje odnosno davanje lažnog nalaza i mišljenja predstavlja krivično delo. Faktički, po tom osnovu, u istom su riziku, u smislu potencijalne krivične odgovornosti, kao što mogu biti u istoj „opasnosti" u pogledu uticaja od strane okrivljenog. Dakle, nisu jasni razlozi zakonodavca zbog čega su veštaci ili stručna lica u tom pogledu u drugačijoj poziciji u odnosu na svedoke. Ovakvo zakonsko rešenje svakako pogoduje okrivljenom koji je u pritvoru jer ne mora da čeka da i veštak ili stručno lice bude ispitano u istražnom postupku ili na glavnom pretresu da bi se onda odlučivalo o njegovom ukidanju (pod pretpostavkom da nema drugih veštaka ili svedoka za ispitivanje ili drugih osnova zbog čega bi se pritvor određivao ili produžavao).

Osim toga, možemo postaviti pitanje da li se uticaj okrivljenog može ostvariti (vršiti) prema svim svedocima, bez izuzetka, ili ipak postoje određena odstupanja u zavisnosti od njihovog svojstva. Konkretno, da li postoje osobite okolnosti za određivanja pritvora okrivljenom u smislu člana 211. stav 1. tačka 2. ZKP-a zbog uticaja

[7] Videti: D. Kalaba, op. cit. str. 168.

[8] Pod tim tzv. poslovnim relacijama se najčešće podrazumevaju razni zajednički kriminalni poslovi (obuhvatajući pod tim i organizovani kriminal) okrivljenog koji je u pritvoru i lica koja su na slobodi– napomena M.M.

[9] Na primer, kada je otac okrivljenog dolazio kod oštećenih s namerom da ih ubedi da izmene svoj iskaz u kome terete okrivljenog, nagoveštavajući da će im vozilo koje im je oduzeto u tom slučaju biti vraćeno (Okružni sud u Beogradu, Kž. br. 3375/03 od 18. novembra 2003. godine) – Komentar Zakonika o krivičnom postupku, op. cit. str. 533.

na svedoke koji su određenih (specifičnih) zanimanja – na primer, kada je reč o tzv. „uniformisanim" licima? Tu pre svega mislimo na pripadnike policije i vojske.[10] U dosadašnjoj sudskoj praksi, nemamo mnogo zabeleženih primera po tom pitanju jer se verovatno nije smatralo značajnim. Ipak, nalazimo jedan primer iz relativno starije sudske prakse, za koji bi mogli reći da je i dalje aktuelan i u kojem je tadašnji Okružni sud u Beogradu u svojoj odluci zauzeo stav da „Ne postoje osobite okolnosti koje ukazuju da će okrivljeni uticati na svedoke ako su predloženi svedoci pripadnici policije koji treba da svedoče na okolnosti pronalaska kod okrivljenog oružja i opojne droge".[11] Možemo konstatovati da je ovaj stav sudske prakse ispravan (po mišljenju autora) jer nije za očekivati da ljudi koji rade u državnom aparatu sile (policija) ili oružanim snagama (vojska) mogu biti podložni uticajima od bilo kojeg okrivljenog u smislu davanja drugačijeg iskaza, koji ne bi odgovarao istini.

Svedoci koji trebaju da daju svoj iskaz (pre svega u istražnom postupku), a od čijeg dolaska na ispitivanje kod javnog tužioca ili na zakazano suđenje pred nadležnim sudom, zavisi dalji boravak okrivljenog u pritvoru, mogu i da se ne odazovu pozivu. Poznato je da ti razlozi mogu biti kako objektivne tako i subjektivne prirode. Objektivni razlozi su da svedok nije pronađen da datoj adresi (da je odsutan, da je na službenom putu, da je u inostranstvu) da je bolestan, da mu nije poznato prebivalište ili boravište, da je strani državljanin koji samo privremeno boravi u našoj zemlji itd. S druge strane, subjektivni razlozi su da namerno ne prima (izbegava) pozive za ispitivanje – iz bilo kojeg razloga, da nije dao potpunu adresu na kojoj će da prima pozive, da ne može doći iz navodnih „zdravstvenih razloga" i tome slično. S tim u vezi treba istaći i činjenicu da ispitivanje svedoka, pored materijalnih dokaza predstavlja najčešći dokaz u krivičnom postupku kod nas.[12] Neodazivanje pozivu od strane svedoka nije retka pojava kod nas, i to se najčešće rešava ponavljanjem poziva ili novčanim kažnjavanjem

[10] Na neki način u uniformisana lica bi mogli svrstati i vatrogasce, ali obzirom da se radi o licima koja su uglavnom bave spasavanjem lica i imovine, ipak ne možemo ih tretirati na isti način kao pripadnike vojske i policije. – napomena M.M.

[11] Navedeni stav proizilazi iz odluke Okružnog suda u Beogradu u kojem je odlučujući o neslaganju istražnog sudije sa predlogom javnog tužioca da se prema okrivljenom odredi pritvor (shodno tada važećim odredbama ZKP-a – napomena M.M.) našao da za određivanje pritvora po ovom osnovu nije dovoljno postojanje apstraktne mogućnosti uticaja na svedoke, već je potrebno postojanje konkretnih okolnosti koje potvrđuju da bi okrivljeni mogao uticati na svedoke, a kako tih okolnosti u konkretnom slučaju nema, tim pre što su predloženi svedoci pripadnici policije na koje se po prirodi stvari ne može uticati s obzirom da se radi o službenim licima, odlučeno je na osnovu člana 142. stav 2. ZKP. (sadašnji član 211. stav 1. tačka 2. ZKP-a) - Rešenje Okružnog suda u Beogradu, Kv. 2519/03 od 17. oktobra 2003. godine – I. Simić – A. Trešnjev, Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, peta knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2004, str. 214-215.

[12] I. Simić, Saslušanje pred sudom, Bilten Okružnog suda u Beogradu, broj 57/2002, Beograd, 2002, str. 5.

Isti autor navodi da prema dosadašnjem iskustvu osamdeset posto svih presuda kod nas se oslanja na iskaze svedoka i okrivljenih.

zbog neopravdanog izostanka. No, time se problem ne rešava jer je okrivljeni zbog toga može da bude i dalje u pritvoru, a takođe nije retkost da se okrivljeni i svedoci uopšte ne poznaju pa je upitno kako može uopšte uticati na njih. Tako na primer, u jednom predmetu pritvor je bio određen samo zbog opasnosti od uticaja na svedoke i ukinut po sili zakona posle šest meseci jer optužni akt nije podnet. U konkretnom slučaju se kaže da ovaj pritvorski osnov je neodgovarajući jer svedoci u najvećem broju nisu ni kontaktirali direktno sa okrivljenim, već preko „posrednika", pa nisu ni znali kako okrivljeni izgleda…[13]

Kao što vidimo iz ovog primera, kontakt između svedoka i okrivljenog nije ni postojao, šta više nisu se ni poznavali odnosno nisu ni znali kako okrivljeni izgleda, ali je ipak po tom osnovu taj isti okrivljeni proveo u pritvoru čak šest meseci![14] S tim u vezi je čudno postupanje prvostepenog suda, obzirom da je svojevremeno nekadašnji Vrhovni sud Srbije u jednoj svojoj odluci u vezi ovog pitanja zauzeo stav da „Kada sud određuje ili produžava pritvor zbog opasnosti od uticaja na svedoke u rešenju se mora navesti postojanje konkretnih opasnosti koje kao osobite ukazuju da bi okrivljeni mogao ometati postupak uticajem na svedoke."[15] Dakle, sud mora svoju ocenu zasnovati na konkretnim okolnostima i činjenicama, a nikako na pretpostavkama, te pritvor može odrediti samo ako je ta opasnost konkretna, a ne apstraktna.[16]

Dalje, u istom tom predmetu koji smo naveli iz citiranog članka (a koji je od značaja za temu ovog rada – napomena M. M.) se dalje kaže da „Broj svedoka koje je trebalo ispitati tokom istrage i zaštititi od mogućeg uticaja okrivljenog prema rešenju o određivanju i produženju pritvora bio je 35."[17] Iz ovog primera možemo zaključiti da kada je veći broj predloženih svedoka za ispitivanje,

[13] Videti: S. Nikolić-Garotić – A. Đorđević, Primena pritvora i mera za obezbeđenje prisustva okrivljenog i nesmetano vođenje krivičnog postupka, Bilten Višeg suda u Beogradu, broj 92, Beograd, 2021, str. 218.

[14] U tom smislu D. Kalaba s pravom ističe da je pitanje poznanstva okrivljenog sa pojedinim svedocima najveća potvrda postojanja osobitih okolnosti iz kojih proizilazi da bi okrivljeni boravkom na slobodi mogao uticati na svedoke da daju izjave "na naručeni način" – op. cit. str. 173.

[15] U obrazloženju odluke se kaže da u pobijanom rešenju prvostepenog suda se ne navode konkretne opasnosti koje bi ukazale da bi okrivljeni mogli ometati tok postupka uticajem na svedoke. Dalje se navodi da u zakonskoj odredbi člana 142. stav 2. tačka 2. ZKP-a se insistira na postojanju osobitih okolnosti, a ne na postojanju bilo kakvih okolnosti koje kao osobite ukazuju da bi okrivljeni mogli ometati postupak uticajem na svedoke, te kako u pobijanom rešenju o tome nema reči, već se samo navode imena svedoka koje prvostepeni sud treba da sasluša, to je pobijano rešenje moralo biti ukinuto. (Rešenje Vrhovnog suda Srbije, Kž. broj 1926/06 od 14. novembra 2006. i rešenje Okružnog suda u Beogradu Kv. 3616/06 od 3. novembra 2006. godine) - I. Simić – A. Trešnjev, Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, osma knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2008, str. 280.

[16] Videti: LJ. Čimburović, Prisustvo okrivljenog u krivičnom postupku – poseban osvrt na pritvor, Beograd, 2008, str. 85.

[17] S. Nikolić-Garotić – A. Đorđević, op. cit. str. 218.

nekako po prirodi stvari (pa čak i kada je mnogo manji broj nego ovaj navedeni) je srazmerno manja mogućnost da okrivljeni po ovom osnovu bude u skorije vreme na slobodi. Dakle, reč je o faktoru koji nikako ne ide u prilog okrivljenom koji se nalazi u pritvoru. Samim tim, sa većim brojem predloženih svedoka, ova odredba gubi smisao i trajanje pritvora se može produžavati, kao što smo videli iz navedenog primera i na nekoliko meseci, što nije svrha određivanja pritvora, naročito po ovom osnovu. Teško je očekivati da će se baš svi pozvani svedoci odazvati da daju svoj iskaz, čak i u situaciji kada ne žele da vrše bilo kakvu opstrukciju ili zloupotrebu koja bi se ogledala u namernom izostanku. Često se dešava da neki svedoci ili više njih izostanu iz razloga koje smo naveli (objektivne i subjektivne prirode) što okrivljenom svakako ne odgovara. Treba istaći i opštepoznatu činjenicu da svedoci često nisu mnogo zainteresovani za učestvovanje u postupku i poziv pred tužiocem ili sudom im pada kao teret i „srećniji su ako može proći bez njihovog ispitivanja".[18] Osim toga, kod većeg broja predloženih svedoka, javno tužilaštvo ne poziva sve u isti dan, već to raspoređuje na više dana odnosno slobodnih termina. Ovo je očekivano obzirom da javna tužilaštva imaju i druge predmete i obaveze kao što su drugi tzv. pritvorski predmeti, zakazane istrage, zakazana suđenja pred nadležnim sudovima itd.

Stoga kada se predlaže veći broj svedoka za ispitivanje, treba nastojati da se ispitaju prvo oni svedoci za koje se proceni da okrivljeni eventualno može uticati na njih, pa tek onda ostali (koji nisu od značaja za okrivljenog, pa samim tim i nema interes da vrši uticaj – napomena M. M.), nastojeći da se pritvor svede na najmanju moguću meru. Naime, uvek treba imati u vidu da je pritvor najteža mera koja za posledicu ima oduzimanje slobode kretanja (kao jedna od osnovnih prava i sloboda građanina) te samim tim je u svakom trenutku neophodno voditi računa da trajanje pritvora, po bilo kom osnovu, a naročito ovom, bude što kraće i da se krivični postupak vodi sa naročitom hitnošću.[19]

Ovakvih i sličnih primera ima dosta, i nekako se prelazi preko toga, a pri tome se ne koriste neke druge (blaže) mere koje postoje i koje bi imale isti efekat u „početnoj fazi" krivičnog postupka. Ovde mislimo pre svega na odredbe zabrane prilaženja, sastajanja ili komuniciranja sa određenim licem iz člana 197-198. ZKP-a. Doduše, postoje i retki pozitivni primeri u tom smislu, pa tako u svojoj odluci Viši sud u Beogradu je našao da će pritvor zameniti merom zabrane prilaženja, sastajanja i komuniciranja sa svedocima kada oceni da iako postoje osobite okolnosti koje ukazuju da će okrivljeni ometati postupak uticajem na svedoka, te okolnosti nisu takvog intenziteta da bi opravdale primenu pritvora

[18] Tako misli I. Simić, koji ističe da ovo posebno važi na primer za ugostiteljske radnike, osoblje javnog saobraćaja i druga lica koja su u svakodnevnom kontaktu sa građanima. – op. cit. str. 7.

[19] Jedno od osnovnih pravila o određivanju pritvora izričito je navedeno u članu 210. u stavu 2. ZKP-a: ''Dužnost je svih organa koji učestvuju u krivičnom postupku i organa koji im pružaju pravnu pomoć da trajanje pritvora svedu na najkraće neophodno vreme i da postupaju sa naročito hitnošću ako se okrivljeni nalazi u pritvoru.'' – napomena M.M.

kao najteže mere, imajući na umu da je već ispitan veći broj svedoka, i uzimajući u obzir životnu dob okrivljene i njeno zdravstveno stanje, te sadržinu ispitanih svedoka (Viši sud u Beogradu, Kv. Po1. br. 549/13 od 18. jula 2013. godine).[20]

Na žalost dosadašnja iskustva ne pokazuju da je tako u sudskoj praksi, gde umesto da se pritvor svede na najmanju moguću meru (ako se već ne može primeniti neka druga blaža mera prema okrivljenom) imamo situaciju da je neizvesno kada će pritvor prestati odnosno kada ce prestati razlozi koji su po oceni suda ključni za postojanje (egzistiranje) pritvora.[21]

Dilemu može da stvara i priznanje krivičnog dela od strane okrivljenog! Šta u tom slučaju, da li ovaj osnov treba da postoji, naročito u situaciji ako je jedini za određivanje pritvora!? Može se postaviti pitanje svrsishodnosti jer zašto bi okrivljeni uticao na svedoke ako je već priznao krivično delo! Smatramo da bi ovaj osnov svakako bio suvišan, jer samim priznanjem izvršenja krivičnog dela (u potpunosti), besmislen je svaki mogući uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače. Eventualno, postojanje ovog osnova bi imalo smisla u situaciji kada je okrivljeni delimično priznao krivično delo. Dakle, pitanje uticaja na svedoke bi moglo postojati u onom delu u kojem okrivljeni ne priznaje izvršeno krivično delo, a okolnosti na koje svedoci mogu da ukažu u svom iskazu su (baš u tom segmentu!) bitne za rasvetljavanje krivičnog dela u celini. Naravno, ovo je faktičko pitanje koje sud prilikom određivanja odnosno produžavanja pritvora treba da ceni.

S druge strane, šta u situaciji kada umesto priznanja okrivljenog imamo njegovo ćutanje ili negiranje izvršenja krivičnog dela!? Ponašanje okrivljenog u smislu izjašnjavanja u vezi krivičnog dela ne bi trebalo da bude od značaja za određivanje pritvora niti da predstavljaju osobite okolnosti koje bi mogle da ukazuju da će uticati na svedoke, saučesnike ili prikrivače. Naime, ne postoji uzročno-posledična veza između ova dva momenta, naročito u situaciji ako su ispitani svedoci i saslušani okrivljeni. U tom smislu je i Okružni sud u Beogradu u svojoj odluci zauzeo stav da „Činjenica da se okrivljeni brani ćutanjem, u situaciji kada su svi saokrivljeni i predloženi svedoci saslušani, ne predstavlja okolnost koja ukazuje da bi okrivljeni puštanjem na slobodu mogao uticati na svedoke i saokrivljene."[22]

[20] Komentar Zakonika o krivičnom postupku, op. cit. str. 534.

[21] O čestom i olakom određivanju i produžavanju pritvora, govori i podatak da se u Srbiji svake godine izrekne preko 50.000 dana neosnovanog pritvora, što državu na ime štete košta milione evra. – Izvor Radio televizija Srbije, naslov: ''Rekord – 145 miliona dinara za godinu dana neosnovanog pritvora", autora Nikoline Rakić od 08. juna 2019. godine – pristup 09.02.2022. godine

[22] Okružni sud u Beogradu je rešenjem ukinuo prvostepeno rešenje kojim je okrivljenom produžen pritvor nakon podizanja optužnice, s obrazloženjem da se okrivljeni brani ćutanjem te da bi puštanjem na slobodu mogao uticati na svedoke i saokrivljene. U obrazloženju se navodi da se pravilno žalbom ističe da sama činjenica da se okrivljeni brani ćutanjem nije dovoljan razlog za zadržavanje okrivljenog u pritvoru po ovom osnovu, s obzirom na to da je odbrana ćutanjem zakonsko pravo okrivljenog, a ostala lica su već saslušana tako da je nejasno na koji način bi okrivljeni mogao da utiče na već saslušana lica. (Rešenje Okružnog suda u Beogradu Kž. 2075/06 od 25. jula 2006. godine i rešenje

Izuzetak od ovakvog stava postoji u situaciji ako je evidentno da se na ranije ispitanog svedoka vrši pritisak da promeni dati iskaz.[23]

Ovo su sve neželjeni momenti koji prate ovaj osnov za određivanje i produžavanje pritvora prema okrivljenom, te je u tom smislu okrivljeni u neku ruku kolateralna šteta faktora na koje objektivno ne može da utiče. Ostaje mu samo nada da će svi ti svedoci pojaviti pred javnim tužilaštvom i dati svoj iskaz kako bi nakon toga bio pušten na slobodu, ili da sud primeni neke druge (blaže) mere za obezbeđenje prisustva okrivljenog i za nesmetano vođenje krivičnog postupka .

3. Zaključak

Uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače kao osnov za određivanje i produžavanje pritvora treba vrlo restriktivno primenjivati. Ovaj osnov može da bude veoma diskutabilan i problematičan u praksi. Iz prikazanog vidimo da uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače može biti i od strane lica bliskih okrivljenom u smislu davanja iskaza u korist okrivljenog, pa samim tim (često) taj osnov postaje besmislen. Dakle, šta vredi na primer, što okrivljeni koji je u pritvoru ne može da utiče na svedoke, kada to mogu da čine njegova porodica, prijatelji, advokati itd.[24]Epilog je isti, a to je da uticaj na svedoke, saučesnike ili prikrivače i dalje postoji, ali ne od strane okrivljenog, već od navedenih lica, što suštinski obesmišljava boravak okrivljenog u pritvoru. Kao što vidimo iz priloženog, uz nekoliko drugih istaknutih nedoumica i situacija, naizgled nesporne zakonske odredbe o pritvoru iako egzistiraju decenijama imaju svoje manjkavosti, koje su samim tim podložne različitim tumačenjima i zloupotrebama u praksi. Gubitak slobode, pa makar bio i privremen, ne sme da bude posledica postojećih odredbi i olakog određivanja pritvora licima protiv kojih se vodi krivični postupak. Uostalom, zbog takvog ponašanja sudova, Srbija kao država, kao što smo istakli, plaća milionske štete tim licima na ime neosnovanog pritvora. Na ukazane dileme i probleme sudska praksa nije davala adekvatne odgovore, niti je bilo nekog interesa, nalazeći da su sve odredbe iz člana 211. ZKP-a sasvim prihvatljive i razumljive.

Drugog opštinskog suda u Beogradu K. 1339/06 od 17. juna 2006. godine). – I. Simić – A. Trešnjev, op. cit. str. 280-281.

23 U tom smislu je i odluka Okružnog suda u Beogradu, Kž. br. 884/06 od 29. marta 2006. godine. – videti: Komentar Zakonika o krivičnom postupku, op. cit. str. 534.

24 ''Uvek treba računati s tim da se svedoci i učinioci međusobno dogovaraju o svojim izjavama. Često se poznaju od ranije i oni su se viđali i posle događaja o kome treba da budu saslušani. Branioci ponekad sa svojim klijentima i svedocima vrše probna saslušanja...'' – I. Simić, op. cit. str. 18.

LITERATURA

- Čimburović LJ., Prisustvo okrivljenog u krivičnom postupku – poseban osvrt na pritvor, Beograd, 2008.
- Ilić G., Majić M., Beljanski S., Trešnjev A., Komentar Zakonika o krivičnom postupku, Službeni glasnik, Beograd, , 2015.
- Jekić-Simić Z., Pritvor u krivičnom postupku, Anali Pravnog fakulteta u Beogradu, broj 5-6, Beograd, 1981.
- Kalaba D., Ometanje krivičnog postupka uticajem na svedoke, saučesnike ili prikrivače kao pritvorski osnov u sudskoj praksi, Branič, Beograd, broj 1/2021
- Kosanović S., Pritvor u krivičnom postupku, Branič, broj 2/2020 Beograd, 2020.
- Nikolić-Garotić S. – Đorđević A., Primena pritvora i mera za obezbeđenje prisustva okrivljenog i nesmetano vođenje krivičnog postupka, Bilten Višeg suda u Beogradu, broj 92, Beograd, 2021.
- Simić I., Saslušanje pred sudom, Bilten Okružnog suda u Beogradu, broj 57/2002, Beograd, 2002.
- Simić I. – Trešnjev A., Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, peta knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2004.
- Simić I. –Trešnjev A., Zbirka sudskih odluka iz krivičnopravne materije, 500 odluka, osma knjiga, Službeni glasnik, Beograd, 2008.
- Vasiljević T., Sistem krivičnoprocesnog prava, Beograd, 1981.
- Vujaklija M., Leksikon stranih reči i izraza, Prosveta, Beograd, 1961.

Marko Milović

UDC 343.126.1(497.11)

DOI: 10.5937/MegRev2201097M
Expert article
Received 21.02.2022.
Approved 20.03.2022.

IMPACT ON WITNESSES, ACCOMPLICES OR CONCEALERS AS GROUNDS FOR DETENTION (DILEMMAS AND POSSIBLE ABUSES IN PRACTICE)

The *impact on witnesses, accomplices or cover-ups is one of the most common grounds for detention. For years and decades, these provisions did not change because they were considered clear and unambiguous. However, there are situations in which this basis can be questionable when deciding on determining, extending or abolishing the detention of the accused. For example, what good is it that a defendant who is in custody cannot influence witnesses, when his family, friends, lawyers, etc. can do so. The epilogue is the same, which is that the impact on witnesses, accomplices or cover-ups still exists, but not by the defendant, but by the above persons, which essentially discourages the defendant from being in custody. Seemingly indisputable legal provisions on detention even though they exist for decades have their shortcomings, which are therefore subject to different interpretations and abuses. The loss of freedom, even if it is temporary, must not be a consequence of existing provisions and the facilitation of detention of persons prosecuted. After all, because of such behaviour by the courts, Serbia as a state pays millions in damages to those individuals in the name of unfounded detention. Therefore, the impact on witnesses, accomplices or concealers as grounds for determining and prolonging detention should be very restrictive. On the dilemmas and problems related to this basis, judicial practice has not been „addressed" for decades, nor has it given any significance, nor has there been any interest, finding that all provisions in Article 211 are completely acceptable and understandable to the ZKP.*

Keywords: *detention, defendant, impact on witnesses, changing statements, Criminal Procedure Code*

Jelena D. Marković*

UDK 159.944.4.072-057.168
351.752.175

DOI: 10.5937/MegRev2201109M
Originalni naučni rad
Primljen 01.06.2021.
Odobren 16.01.2021.

BEZBEDNOST MLADIH ZAPOSLENIH NA RADNOM MESTU U INDUSTRIJI IGARA NA SREĆU

Apstrakt: *Savremeno društvo svoj fokus pomera ka bezbednosti pojedinca, kao osnovnoj gradivnoj jedinici društva, u svim sferama njegovog života. Cilj ovog rada je da prikaže rezultate istraživanja na temu subjektivnog osećaja bezbednosti zaposlenih u industriji igara na sreću u Srbiji. Rezultati istraživanja su pokazali da skoro polovina njih ima osećaj da su nebezbedni na svom radnom mestu. Analiza rezultata istraživanja govori nam da sociodemografske karakteristike ispitanika, kao što su pol, godine starosti ispitanika, ali i region Srbije u kome žive, te i to da li pripadaju populaciji studenata, imaju uticaja na njihovu percepciju o stepenu bezbednosti na radnom mestu. Druge ispitivane sociodemografske karakteristike pojedinca nisu pokazale statistički značaj. Stres kod ispitanika koji se osećaju vrlo nebezbedno na radnom mestu pojačava se najviše pri fizičkom sukobu sa nekim ili pri većem materijalnom gubitku. Potvrđena je linearna korelacija indikatora stresa i osećaja bezbednosti na radnom mestu. Dobijeni rezultati mogu biti iskorišćeni za unapređenje stanja bezbednosti na mestima na kojima se radi sa novcem i ljudima, ali i preduzimanja preventivnih mera u cilju smanjenja nivoa rizika.*

Ključne reči: *bezbednost, radno mesto, zdravlje, kompanija, igre na sreću*

* Doktorand, Fakultet bezbednosti Univerziteta u Beogradu, Beograd, Srbija; jjelena.mmarkovic@gmail.com

1. Uvod

Velike korporacije i druge organizacije u kojima ljudi udružuju svoj rad radi stvaranja dodatne vrednosti, postaju značajan akter bezbednosti. Naime, one čine osnov privrede, društva i države, mesta su gde ljudi provode jedan deo svog vremena, te mogu biti tle za narušavanje bezbednosti pojedinaca i društva.

Savremeno industrijsko društvo donelo je pred etiku i filozofiju ljudskog rada čitav niz izazova, kojima društvo mora adekvatno odgovoriti u cilju zaštite bezbednosti pre svega pojedinca, bez čijeg rada nema opstanka privrede, društva i države kao takve.

Razvijaju se različite studije bezbednosti koje izučavaju bezbednost pojedinaca, odnosno koje kao svoj predmet imaju pojedince i njihovu bezbednost. Jedna od studija jeste korporativna bezbednost. Uže gledano, bezbednost zaposlenih u korporacijama proučava se kroz koncept bezbednosti i zdravlja na radu.

1.1. Teorijsko određenje pojmova

Bezbednost treba gledati kao specifičnu vrednost korporacije (kompanije). Pozitivna kultura bezbednosti je ona u kojoj je bezbednost prioritet, ali ne samo tzv. čvrsta bezbednost, već bezbednost svih resursa, uključujući i ljudske. Problem bezbednosti jeste jedan od onih sa kojim se suočavaju savremena društva. Nije novi problem, ali jeste promenjen i proširen u odnosu na početke izučavanja. Čitav niz bezbednosnih mera koje se preduzimaju sa ciljem smanjenja pretnji koje mogu ugroziti poslovanje kompanije, sastavni su deo modernog korporativnog upravljanja.[1]Sastavni deo korporativnog upravljanja bezbednošću jeste upravljanje rizicima koji dovode do ugrožavanja zaposlenih, kapitala i poslovanja.[2]

Petrović i Sinkovski[3] navode da je korporativna bezbednost deo šire socijalne bezbednosti. Korporativna bezbednost predstavlja složen sociološki sistem koji je uzajamno povezan sa globalnim i nacionalnim sistemima bezbednosti. Prema njihovima stavovima, ona predstavlja meru zaštite biznisa i preduzetništva, te je kao takva od prvorazrednog značaja za širu društvenu zajednicu. Korporativna bezbednost predstavlja novu instituciju bezbednosti u XXI veku. Dalje navode da se korporativna bezbednost sastoji iz više komponenti. Jedna od komponenti jeste zaštita čoveka kao radne snage (odnosno bezbednost na radnom mestu). Iz ugla Zakona o bezbednosti i zdravlju na radu, pojam bezbednosti i zdravlja na radu definišemo kao obezbeđivanje takvih uslova na radu u kojima se, u najvećoj

[1] Trifunović Darko: „Nataional and internationa security and corporate governance“, *Teme*, *43*(4)/2020. str.1233.

[2] Milošević Mladen, Keković Zoran: „Risk assessment in protection of persons, property and business affairs: Risks of illegal behavior and lack of adequate normative regulations“, *Vojno delo,63*(1)/2011.str.346.

[3] Petrović Lazar, Sinkovski Stevan: „Korporativna bezbednost - osnove zaštite biznisa i preduzetništva“, *Bezbednos*t, 54/2012.str.86.

mogućoj meri, smanjuju povrede na radu, profesionalna oboljenja i oboljenja u vezi sa radom, i koji pretežno stvaraju pretpostavku za puno fizičko, psihičko i socijalno blagostanje zaposlenih[4]. Poslodavac na radnom mestu treba da vodi računa i o zdravlju zaposlenih. Pod kategoriju zdravlja na radu ubraja se stres na radnom mestu. Povišen nivo stresa dovodi do smanjenja performansi zaposlenih, koji mogu pored produktivnosti uticati i na percepciju bezbednosti u radnoj sredini. [5]

Trifunović se slaže da se pod pojmom spoljne zaštite kompanije podrazumevaju svi oni procesi i aktivnosti van kompanije koji ugrožavaju bezbednost zaposlenih. On dalje navodi da je od velike važnosti procena rizika koja dovodi do ugrožavanja zaposlenih. Za kompanije je značajno da razvijaju kulturu svoje organizacije, ali i bezbednosnu kulturu zaposlenih[6], kako bi se obezbedilo da se na vreme prepoznaju pretnje i opasnosti, te da bi se predvidele adekvatne mere u odnosu na nivo procenjenog rizika za njihovo tretiranje.

Pod industrijom igara na sreću, Zakon o igrama na sreću smatra grupu pravnih lica koja organizuju i priređuju igre u kojima se učesnicima, uz naplatu, pruža mogućnost da ostvare dobitak u novcu, stvarima, uslugama ili pravima, pri čemu gubitak ili dobitak ne zavisi od veština ili znanja učesnika u igri, nego od nekog neizvesnog događaja ili slučaja.[7] Poslovnice priređivača su mesta gde se neposredno pruža usluga klijentima.

1.2. Metodologija istraživanja

Istraživanje je pokrenuto sa ciljem ispitivanja nivoa stresa kod zaposlenih u industriji igara na sreću, koji rade na radnim mestima u poslovnicama (što podrazumeva rad sa ljudima i rad sa novcem). Jedna od tvrdnji u drugom delu anketnog listića glasila je: ''Osećaj da nisam bezbedan/ bezbedna u svojoj radnoj sredini''. Ispitanici su ocenjivali na skali od 1 do 10 sopstveni osećaj bezbednosti u svojoj radnoj okolini. Za potrebe ovog rada obradili smo korelaciju navedene tvrdnje sa svim ostalim tvrdnjama, predviđenim mehanizmima za odbranu od stresa i sociodemografskim karakteristikama ispitanika.

Istraživanje je sprovedeno kao presečno istraživanje metodom upitnika zatvorenog tipa (tj. anketnim listovima). Anketni list je imao tri različite grupe pitanja, koje su se odnosile u prvom delu na sociodemografske karakteristike ispitanika. Dok je drugi deo anketnog lista sadržao skalu za merenje nivoa stresa ispitanika u odnosu na date situacije, treći deo anketnog lista je bio namenjen

[4] Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu, *Službeni glasnik Republike Srbije,* 101/2005

[5] Ongori Henry, Agolla J. Evans: „Occupational stress in organizations and its effects on organizational performance", *Journal of Management Research*, *8*(3)/2008. str.123.

[6] Stajić Ljubomir, Mijalković Saša, Stanarević Svetlana (2005): *Bezbednosna kultura*, Draganić, Beograd

[7] Zakon o igrama na sreću, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 88/2011, 93/2012, 30/2018 i 95/2018

mehanizmima za odbranu od stresa. Korišćen je upitnik Jović SSM-30 (Skala stresa kod mladih – 30)[8]. Za potrebe ovog rada obrađeni su rezultati 753 ispitanika, koji su pripadali populaciji mladih u radnom odnosu, dok je ukupno anketirano 1418 ispitanika.

Predmetno istraživanje je realizovano u martu 2019. godine. Pre početka istraživanja pribavljena je saglasnost kompanije, čiji zaposleni je trebalo da budu anketirani. Neposredno pred puštanje anketnog listića, putem elektronske platforme za učenje, učesnici su pisanim putem obavešteni o tome koja je svrha i cilj istraživanja, pravilima istraživanja, te i da je kompanija saglasna sa istim. Takođe, planom istraživanja definisano je bilo da učesnici pristanak za učešće u istraživanju daju snimanjem upitnika u elektronsku bazu podataka. Anonimnost upitnika garantovana je jedinstvenim i kodiranim pristupnim šiframa.

Statistička obrada podataka za potrebe ovog rada urađena je upotrebom softverskog paketa SPSS verzija 20.0. Tokom obrade rezultata istraživanja primenjen je Pirsovnov Hi test za frekvenciju. Takođe, primenjen je parametarski Studentov test za numerička obeležja. Vrednost od $p<0,05$ je posmatrana kao nivo statističke značajnosti.

Pouzdanost upitnika u drugom delu bila je izuzetno visoka ($\alpha = 0,904$), što znači da je upitnik dobro koncipiran, kao i da je bodovanje odgovora bilo dobro. Eksploratorna faktorska analiza (EFA) izdvojila je iz drugog dela upitnika sa 30 pitanja ukupno 6 faktora kao značajne, a oni su dali objašnjenje na približno 60% varijabiliteta celog upitnika, što se smatra značajnim. Eksplorativna faktorska analiza skorova dobijenih sa upitnika pokazala je da je adekvatnost modela visoka (u drugom delu upitnika KMO=0,712, a u trećem delu upitnika KMO=0,657), značajnost takođe visoka (u drugom delu upitnika Bartlet $\chi2 = 14.017$; $p < 0.01$, a u trećem delu upitnika Bartlet $\chi2 = 13.236$; $p < 0.01$). U drugom delu upitnika veliki deo varijanse modela (60%) bio je objašnjen pomoću šest faktora, kod kojih je karakteristična vrednost bila veća od 1. Takođe, u trećem delu upitnika, veliki deo varijanse modela (52.5%) bio je objašnjen sa sedam faktora, kod kojih je karakteristična vrednost bila veća od 1.

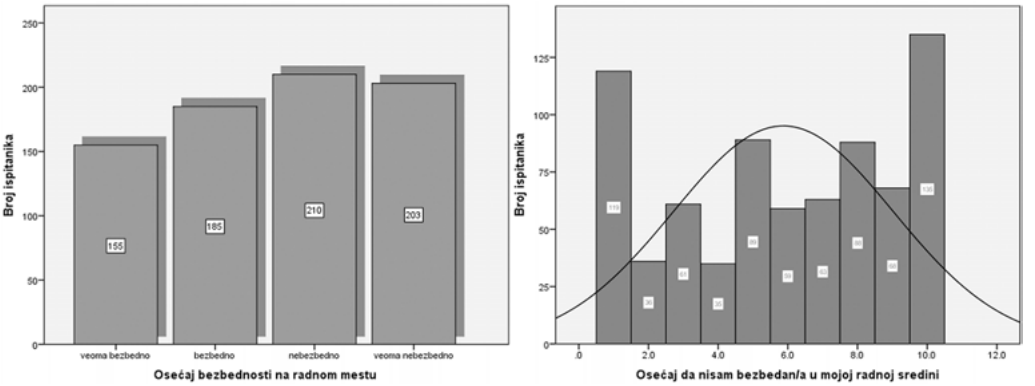
2. Prikaz rezultata istraživanja

Na početku ćemo prikazati rezultate dobijene uz primenu T-testa, kojima ćemo pokušati da prikažemo osećaj bezbednosti na radnom mestu u korelaciji sa drugim faktorima posmatranim u anketnom listu.

Analiza prosečnih skorova odgovora ispitanika na tvrdnju o bezbednosti na radnom mestu u odnosu na pol pokazuje da postoji statistički visoko značajna razlika ($t=3,982$; $p<0,01$), a ona je posledica većih prosečnih skorova dobijenih na

[8] Jović Slađana et al. (ur.):„Sources of stress among future helper professionals in human services“, *HealthMED,* 2012.

ovo pitanje kod anketiranih žena. Prosečan odgovor na skali za ženski pol je 6,09 (SD=3,16), a za muški pol 4,98 (SD=2,98). Značajna statistička razlika zabeležena je i kod ukrštanja pitanja koja su se odnosila na to da li je ispitanik student ili ne, i na to da li se oseća bezbedno u svojoj radnoj sredini (t=1,899; p<0,05). Ovakva razlika je posledica većih skorova dobijenih kod ispitanika koji nisu bili studenti u trenutku anketiranja. Potvrdno je na pitanje da li su studenti odgovorilo 572 ispitanika, koji su u proseku ocenili sa 6,01 tvrdnju ''osećaj da sam bezbedan/a u svojoj radnoj sredini'' (SD=3,19).



Grafikon 1a. *i 1b. – Broj ispitanika u odnosu na stepen osećaja bezbednosti na radnom mestu, Skala x = Osećaj da nisam bezbedan/a u svojoj radnoj sredini, Skala y = Broj ispitanika*

Tabela 1. *Prikaz rezultata analize pitanja o bezbednosti na radnom mestu u odnosu na region u kome radi ispitanik*

Region	**n**	**prosek**	**SD**
Beograd	272	5.71	3.21
Okolina Beograda	55	5.72	2.74
Centralna Srbija	98	6.25	3.09
Sever Srbije	100	5.58	3.16
Zapad Srbije	80	6.85	3.07
Istok Srbije	53	5.47	3.34
Jug Srbije	95	5.70	3.12
Ukupno	*753*	*5.87*	*3.15*

Analiza prosečnih skorova ispitanika na pitanje koje se odnosi na bezbednost na radnom mestu u odnosu na region u Srbiji, pokazuje da postoji značajna statistička razlika (F=1,998; p=0,05), a ona je posledica najvećih prosečnih skorova dobijenih na ovo pitanje kod ispitanika koji su radili na zapadu Srbije i u centralnoj Srbiji u odnosu na najniže prosečne vrednosti dobijene kod anketiranih osoba na istoku Srbije. Ostali regioni su bili ispod navedenih ekstrema.

Ukoliko poredimo mesto stanovanja ispitanika u odnosu na pitanje o bezbednosti na radnom mestu, prosečni skorovi odgovora ispitanika nam kažu da ne postoji statistički značajna razlika (F=0,328; p>0,05), a ona je posledica približno jednakih prosečnih skorova dobijenih na ovo pitanje kod ispitanika u svim kategorijama mesta stanovanja.

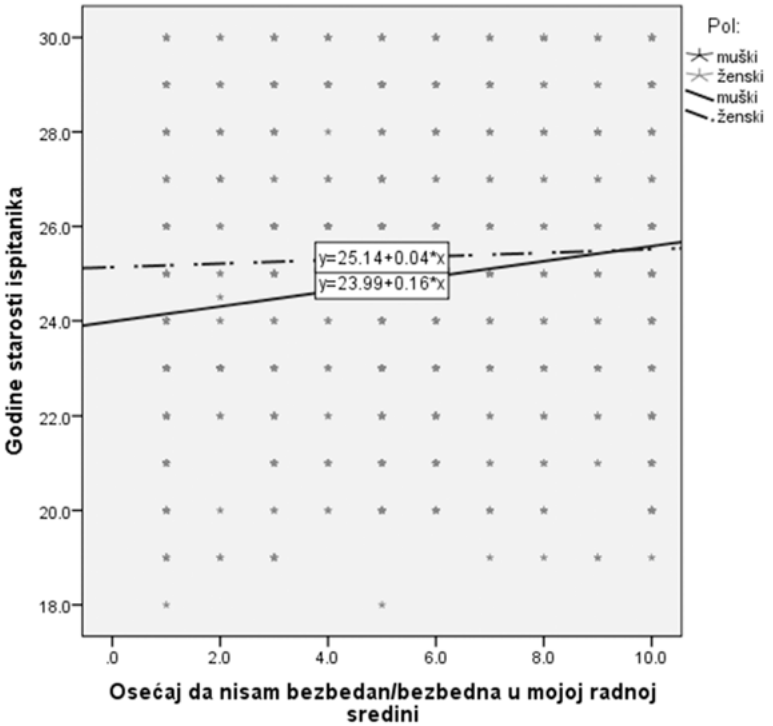
Tabela 2. *Prikaz rezultata analize odnosa pitanja o bezbednosti u odnosu na mesto stanovanja*

Stanujem	**n**	**prosek**	**SD**
sa roditeljima	393	5.86	3.16
stan u vlasništvu	41	5.80	3.29
iznajmljen stan	156	6.05	3.21
stan sa bračnim drugom	122	5.82	3.10
iznajmljen stan sa bračnim drugom	41	5.53	3.00
Ukupno	*753*	*5.87*	*3.15*

Poređenjem i analizom prosečnih skorova odgovora ispitanika na pitanje o bezbednosti na radnom mestu u odnosu na najviši završeni stepen obrazovanja ispitanika, takođe vidimo ispoljenu posledicu približno jednakih prosečnih skorova ispitanika u svim kategorijama obrazovanja, te se ne pojavljuje statistički značajna razlika (F=0,341; p>0,05). Istraživanje je pokazalo da ni nivo obrazovanja roditelja ne utiče na percepciju bezbednosti na radnom mestu.

Analiza povezanosti skorova odgovora na pitanje o bezbednosti na radnom mestu sa godinama starosti ispitanika, godinama radnog staža i ukupnim skorom dobijenim na svih 30 pitanja o faktorima stresa kod zaposlenih, pokazala je da je korelacija bila statistički značajna između skora pitanja o bezbednosti na radnom mestu i godina starosti anketirane osobe (r=0,162; p<0,05), kao i između skora ovog pitanja i ukupnog skora svih pitanja sa ovog upitnika (r=0,540; p<0,01). Isto se odnosi i na skor ovog pitanja i skor pitanja koje se odnosilo na materijal za učenje na radnom mestu (r = 0,247; p<0,01). Skorovi dobijeni kod odgovora na pitanje koje je analiziralo bezbednost na radnom mestu bili su veći kod starijih osoba i kod osoba koje su ukupno imale veći ukupan skor na celom upitniku o faktorima stresa, kao i kod skora na pitanje o dostupnosti skripti i video materijala, i obratno, manji ako su ukupni skorovi i starost bili manji.

Poređenje prosečnih vrednosti skorova dobijenih od odgovora upitnika o faktorima stresa u odnosu na subjektivan osećaj bezbednosti na radnom mestu, pokazalo je da je postojala statistički značajna razlika kod većine pitanja, osim kod pitanja koja su se odnosila na administrativne poslove na radnom mestu, materijale za učenje, verovanje u sopstvenu efikasnost na radnom mestu i gledanje utakmice kada omiljeni tim gubi.



Grafikon 2. *Odnos godina starosti ispitanika, pola i osećaja bezbednosti na radnom mestu, Skala x = osećaj da nisam bezbedan/a u svojoj radnoj sredini; Skala y = Godine starosti ispitanika*

Sva ostala pitanja u ovom upitniku, odnosno vrednosti njihovih skorova, bila su pod uticajem osećaja bezbednosti na radnom mestu. U svim situacijama gde je razlika bila značajna (tabela ispod), uvek je prosečan skor bio najniži kod ispitanika koji su se osećali vrlo bezbedno, dok je, sa druge strane, prosek skorova bio ubedljivo najveći kod onih koji su se osećali vrlo nebezbedno na radnom mestu.

Ukoliko se rezultat testa koristi kao merilo jačine faktora stresa, onda bi se moglo reći da su najjači faktori stresa za osobe koje se osećaju nebezbedno, pre svega fizički sukob sa nekim (pitanje 29), potom veći materijalni gubitak (pitanje 19), pa neodgovarajuća komunikacija (pitanje 12), zatim dolaze okruženje za rad (pitanje 11) i opterećenje obavezama (pitanje 9).

Tabela 3. *Prikaz odnosa pitanja koje se odnosilo na osećaj bezbednosti na radnom mestu sa ostalim pitanjima u upitniku*

Pitanje	Ukupno	Vrlo bezbedan	Bezbedan	Nebezbedan	Vrlo nebezbedan	F	p
	prosek±SD	prosek±SD	prosek±SD	prosek±SD	prosek±SD		
1. smrt u porodici	8.88±2.65	7.64±2.96	8.70±2.78	9.26±2.11	9.59±2.28	*19.001*	*0.000***
2. teža bolest u porodici	8.46±2.67	7.23±2.95	8.27±2.81	8.79±2.12	9.26±2.37	*19.800*	*0.000***
3. rastanak od voljene osobe	5.78±2.87	4.99±2.89	5.50±2.92	5.99±2.58	6.40±2.77	*8.280*	*0.000***
4. neželjena trudnoća	5.51±2.85	3.87±2.14	5.17±2.28	6.04±2.98	6.51±2.99	*23.089*	*0.000***
5. trajni gubitak prijatelja	5.65±2.79	4.55±2.60	5.30±2.87	6.17±2.84	6.28±2.62	*15.858*	*0.000***
6. gubitak god. radnog staža	4.94±2.72	3.70±2.47	4.61±2.85	5.19±2.88	5.93±2.86	*19.846*	*0.000***
7. procena radnog učinka	5.82±2.56	5.34±2.64	5.62±2.63	5.87±2.50	6.32±2.61	*4.486*	*0.004***
8. ponašanje menadžera	6.18±2.93	6.08±2.91	5.81±2.94	6.21±2.96	6.60±2.95	*2.497*	*0.051**
9. opterećenje obavezama	6.60±2.62	5.58±2.71	6.28±2.43	6.71±2.55	7.54±2.65	*20.354*	*0.000***
10. organizacija rada	6.14±2.75	5.72±2.87	5.78±2.66	6.21±2.71	6.73±2.72	*5.482*	*0.001***
11. okruženje za rad	5.50±2.78	4.07±2.66	4.81±2.82	5.84±2.90	6.87±2.65	*40.334*	*0.000***
12. neoodgovarajuća komunikacija	4.97±2.77	3.30±2.49	4.25±2.86	5.48±2.71	6.37±2.88	*51.193*	*0.000***
13. zahtev za savršenim veštinama za rada sa klijentima	5.26±2.64	4.53±2.68	4.84±2.62	5.52±2.71	5.93±2.77	*10.796*	*0.000***
14. nedostatak vremena za zabavu	6.98±2.72	5.90±2.76	6.62±2.71	7.16±2.80	7.94±2.69	*19.316*	*0.000***
15. administrativni poslovi na r. mestu	4.20±2.97	3.86±2.92	3.94±2.97	4.40±2.98	4.48±2.84	2.102	0.109
16. briga da li odgovara zahtevima rada	6.38±2.72	5.74±2.48	5.97±2.69	6.42±2.86	7.21±2.92	*10.974*	*0.000***
17. dostupnost skripti i materijala za učenje	5.10±2.97	4.87±2.99	4.93±2.91	5.07±2.96	5.45±2.90	1.143	0.331
18. verovanje u sopstevnu efikasnost	6.14±2.85	5.69±2.89	6.01±2.78	6.36±2.66	6.37±2.91	1.804	0.145
19. veći materijalni gubitak	6.62±2.94	4.62±2.98	6.15±2.85	7.04±2.97	8.14±2.87	*54.652*	*0.000***
20. odvojenost od porodice	6.56±2.87	5.54±2.81	6.30±2.85	6.75±2.96	7.37±2.85	*13.306*	*0.000***
21. nesreća kod osobe koju voli	7.82±2.75	6.50±2.73	7.62±2.71	8.22±2.94	8.59±2.55	*20.512*	*0.000***
22. laž od strane bliske osobe	7.47±2.67	6.40±2.95	7.04±2.53	7.81±2.72	8.33±2.47	*19.327*	*0.000***

23. neslaganje sa roditeljima	6.67±2.95	5.12±2.75	6.31±2.98	6.93±2.79	7.91±2.99	*29.245*	*0.000***
24. neizvesnost nakon promene radnog mesta	6.24±2.85	4.93±2.93	5.81±2.81	6.58±2.92	7.29±2.91	*24.618*	*0.000***
25. besparica, ekonomska kriza	7.06±2.73	5.44±2.69	6.56±2.65	7.41±2.86	8.42±2.83	*44.686*	*0.000***
26. neverstvo partnera	6.46±2.98	4.87±2.79	6.25±2.91	6.79±3.01	7.52±2.84	*22.551*	*0.000***
27. višak kilograma	4.17±2.70	3.20±2.82	3.84±2.37	4.21±2.58	5.18±2.84	*13.642*	*0.000***
28. gledanje utakmice kada tim gubi	2.83±1.84	2.79±1.32	2.70±1.93	2.83±1.89	2.97±2.02	0.330	0.803
29. fizički sukob sa nekim	5.06±2.89	3.03±2.96	4.25±2.90	5.36±2.76	7.03±2.88	*62.361*	*0.000***
30. osećam da nisam bezbedan/a	5.87±2.92	1.23±0.87	4.15±0.90	7.14±0.98	9.66±0.49		
ukupan skor 30	181.30±44.58	146.32±46.62	169.56±45.08	189.50±44.58	210.82±36.88	*91.243*	*0.000***

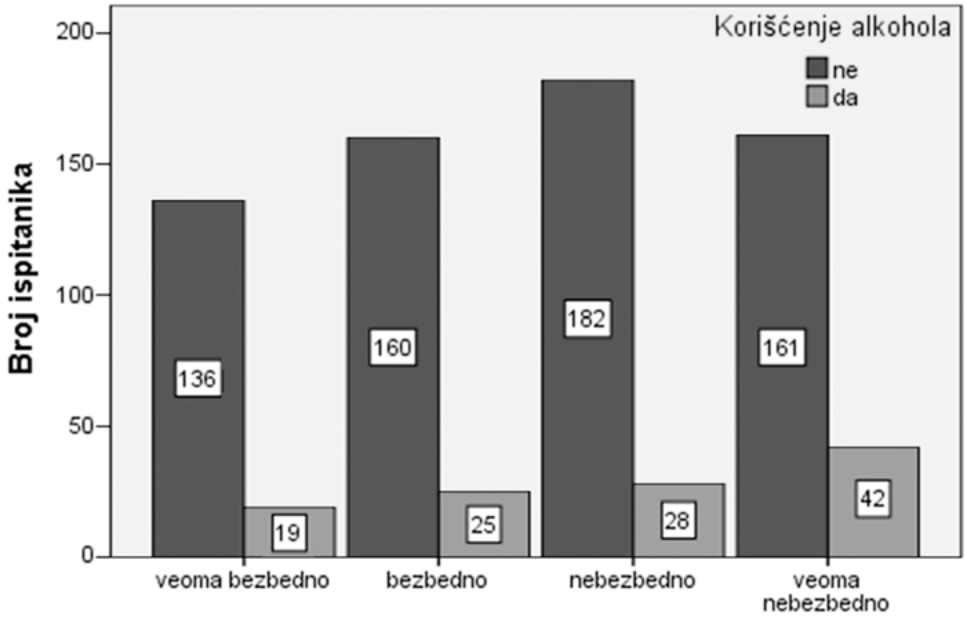
* p<0.05; ** p<0.01

2.1. Osećaj bezbednosti na radnom mestu i mehanizmi za borbu protiv stresa u radnoj sredini

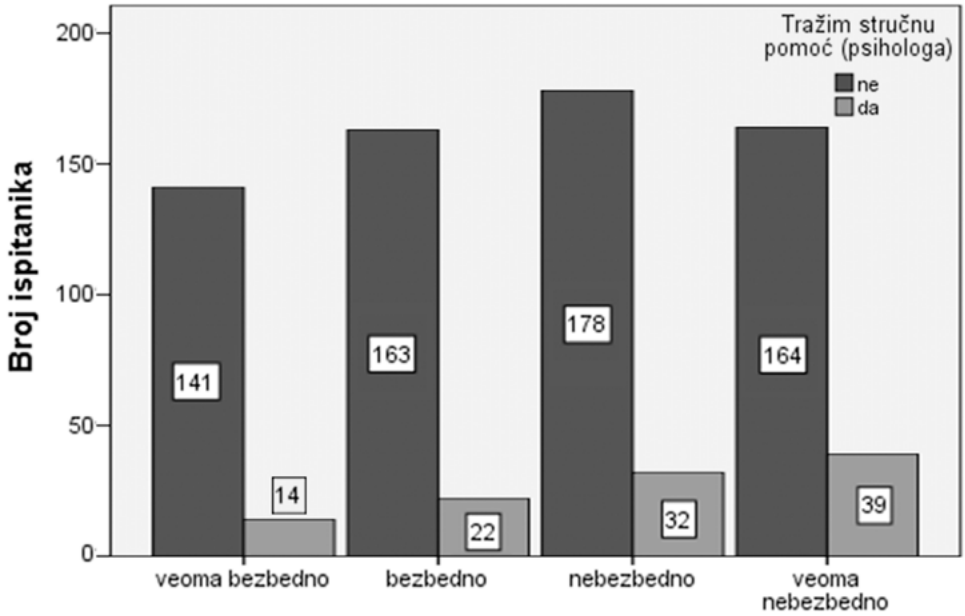
Urađena je analiza povezanosti datih mehanizama za prevazilaženje stresa na radnom mestu u odnosu na subjektivan osećaj bezbednosti zaposlenih na radnom mestu. Cilj ove analize je bio sagledati koje sve mehanizme za prevazilaženje stresa koriste ispitanici ukoliko se nivo stresa podigne pod uticajem osećanja (ne)bezbednosti na radnom mestu.

Dobijena razlika u broju ispitanika u odnosu na stepen osećaja bezbednosti na radnom mestu i primenu razgovora sa prijateljima kao mehanizma za lečenje stresa, bila je statistički značajna ($\chi2=9.929$; $p<0.05$), a posledica je manje primene ovakvog mehanizma kod anketiranih osoba koje se osećaju bezbedno na poslu, a značajno veće kod onih koji se osećaju vrlo nebezbedno (redom 87.7 i 95.6%). Anketirane osobe koje se osećaju vrlo bezbedno na radnom mestu ($\chi2=6.922$; $p<0.05$), značajno manje primenjuju religijske obrede kao mehanizam za prevazilaženje stresa, u odnosu na one koji se osećaju vrlo nebezbedno na radnom mestu (redom 34.8 i 47.3%).

Rezultati analize pokazali su statističku značajnost kod poseta psihologu, odnosno primene stručne pomoći kao mehanizma za lečenje stresa ($\chi2=8.752$; $p<0.05$). Ovo je posledica manje primene ovakvog mehanizma kod anketiranih osoba koje se osećaju vrlo bezbedno na radnom mestu, a značajno veće kod onih koji se osećaju vrlo nebezbedno (redom 9.0 i 19.2%). Zaposleni koji se osećaju vrlo bezbedno na radnom mestu, u odnosu na one koji se osećaju vrlo nebezbedno, manje primenjuju kao mehanizam prevazilaženja stresa vikanje i svađanje ($\chi2=10.450$; <0.05), kao i plakanje ($\chi2=15.877$; $p<0.01$). Takođe, ovakav odnos je i kod primene alkohola ($\chi2=6.983$; $p<0.05$).



Grafikon 3. *Alkohol kao mehanizam prevazilaženja stresa u odnosu na osećaj bezbednosti na radnom mestu.*



Grafikon 4. *Stručna pomoć psihologa kao mehanizam prevazilaženja stresa u odnosu na osećaj bezbednosti na radnom mestu.*

Ispitanici koji se osećaju nebezbedno na svom radnom mestu manje primenjuju izlaske i druženje kao mehanizam upravljanja stresom od onih koji se osećaju bezbedno na radnom mestu ($\chi2=7.283$; $p<0.05$). Analiza rezultata istraživanja je pokazala da ispitanici koji se osećaju vrlo nebezbedno na radnom mestu više primenjuju čitanje knjiga i časopisa, kao mehanizma za lečenje stresa od onih koji se osećaju nebezbedno ($\chi2=9.165$; $p<0.05$).Kod ostalih mehanizama odbrane od stresa nije bilo značajne razlike u broju ispitanika koji ih koriste u odnosu na stepen osećaja bezbednosti na radnom mestu.

2. Diskusija

Istraživanje je posvećeno zaposlenima koji rade u industriji igara na sreća na radnim mestima na kojima imaju direktan kontakt sa ljudima i novcem. Prema istraživanjima, ovakva vrsta radnih mesta smatra se visokorizičnim. Poslodavci sprovede preventivne mere, kako fizičko-tehničke zaštite[9], tako i mere u smislu edukacije zaposlenih za pravilno postupanje na radnom mestu, kako bi obezbedili sigurnu radnu sredinu.[10]Kosić navodi da je važna kultura prevencije u cilju zaštite bezbednosti zaposlenih.[11]

Posledica rezultata istraživanja koji govore da su ispitanici ženskog pola odgovorili u većem procentu da se ne osećaju bezbedno na radnom mestu u industriji igara na sreću, posledica je toga što je anketirano više osoba ženskog pola (Ž=603, M=150), i to zato što su zaposleni na ovim radnim mestima pretežno žene. Poslodavci u industriji igara na sreću prednost pri zapošljavanju daju osobama ženskog pola, zbog rezultata drugih istraživanja koji kažu da su muškarci podložniji kockanju.[12] Bezbednost na radnom mestu prestavlja oblik lične bezbednosti pojedinca[13]u jednom od njegovih svakodnevnih okruženja. Đorđević navodi da jedan od najbitnijih faktora koji utiču na bezbednost pojedinca kriminal.[14] Činjenica jeste da je 56,35% ispitanika izjavilo da se oseća nebezbedno na radnom mestu. Ovo može biti i posledica stepena primene i poštovanja zahteva na radnom mestu da se koriste mere prevencije, ali i zamora i nedovoljne

[9] Trifunović Darko, 1237.

[10] Jocić Neda (2009): „Edukacija poslodavca u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu“, *Zaštita u praksi*, Beograd, 4/2009.str. 17.

[11] Kosić Simo: „Kultura prevencije u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu“, *Primenjena zaštita i njeni trendovi*, Zlatibor, 2014.

[12] Đukanović Borislav, Knežević-Tasić Jasmina (2015): *Bihevioralne zavisnosti u Srbiji*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad

[13] Axworthy Lloyd:„Human security and global governance: putting people first“, *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, *7*(1)/2001. str.19.preuzeto 28.01.2020. sa adrese: https://doi.org/10.1163/19426720-00701004

[14] Đorđević Lj. Ivica(2013):*Ljudska bezbednost- Globalni kontekst i primena u Srbiji*, Institut za uporedno pravo: Dosije studio, Beograd

koncentrisanosti na rad usled konstantnog rada sa novcem i ljudima. Ova radna mesta u kategoriju visokorizičnih, između ostalog, svrstava i to što zaposleni provode više od 4 sata za računarom, obavljaju posao vezan za komunikaciju sa ljudima, a posao je često monoton i zamoran.[15] Takođe, radna mesta u ovoj industriji su zbog verovanja i paradigmi češća meta napada pripadnika kriminalnog miljea.[16]

Očekivano je da je veći procenat anketiranih koji pripadaju grupi mladih, a čiji su anketni listovi obrađivani za potrebe ovog rada, odgovorio potvrdno da su studenti. Dodatnim istraživanjem je utvrđeno da se isto uklapa u politiku poslovanja kompanije čiji zaposleni su anketirani, zbog toga što je njihov plan da na ovim radnim mestima angažuju mlade tokom studiranja. Međutim, korelaciju između prosečne ocene o tome da li se osećaju bezbedno na svom radnom mestu i regiona u Srbiji u kome stanuju, možemo opravdati time da je nivo kriminaliteta u regionima zapadne i centralne Srbije izraženiji nego u od ostalih delovima. Prema ovim podacima, najmanji broj osuđenih lica jeste na istoku zemlje.[17]

Korelaciju između subjektivnog osećaja bezbednosti na radnom mestu sa sociodemografskim karakteristikama ispitanika, koja se odnose na stepen njihovog obrazovanja i nivo obrazovanja njihovih roditelja, nije potvrđena. Takođe, rezultati istraživanja pokazuju da ni mesto stanovanja nije bitan faktor koji utiče na percepciju bezbednosti na radnom mestu.

Stojanoviću svom istraživanju iznosi zapažanje da na motivisanost zaposlenih da se pridržavaju mera za bezbedan rad ne utiču godine života, ali da utiču godine staža, te su mlađi radnici sa manje radnog iskustva motivisaniji za primenu mera bezbednosti.[18]Druga istraživanja sprovedena sa ciljem merenja percepcije nivoa bezbednosti na radnom mestu pokazuju visoku statističku značajnost faktora godina ispitanika u odnosu na osećaj bezbednosti na radnom mestu.[19] Rezultati našeg istraživanja takođe to potvrđuju. Pokazuju da što je ispitanik stariji, to se oseća bezbednije na svom radnom mestu.

---

15 Maslach Christina, Schaufeli B. Wilmar, Leiter P. Michael: „Job burnout“, *Annual review of psychology*, *52*(1)/2001. str.397.

16 Šuput Dejan (2018):„Finansijke posledice nameštanja fudbalskih utakmica“, U (K.J., S.A.), Privredni kriminal u Republici Srbiji – stanje i izazovi, *Institut za uporedno pravo, Institut za kriminološka i sociološka istraživanja*, Beograd, 2018. str.253.

17 Gavrilović Dušan:„Opštine i regioni u Republici Srbiji“, *Republički zavod za statistiku,* Beograd, 2019.preuzeto 10.02.2020. sa adrese: https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201913046.pdf

18 Stojanović Snežana: „Psihologija i bezbednost - Primenjena psihologija“. U (J.V), Škola i profesija, Univerzitet u Nišu, Filozofski fakulet Niš, Niš, 2007. str.177.

19 Milijić Nenad: „Modelovanje uticajnih faktora radnog mesta na bezbednost rada u proizvodnim kompanijama“, doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet u Boru, 2015. preuzeto 28.01.2020. sa adrese: https://fedorabg.bg.ac.rs/fedora/get/o:11558/bdef:Content/get

Analiza rezultata ovog istraživanja kao bitan faktor, koji utiče na osećaj bezbednosti na radnom mestu, prepoznala je materijale i skripte za interno obrazovanje zaposlenih. Detaljnijim istraživanjem organizacije kompanije čiji su zaposleni činili istraživačku populaciju, utvrđeno je da su sastavni deo ovih materijala sve bezbednosne procedure čije poznavanje i pridržavanje dovodi do višeg nivoa bezbednosti na radnom mestu, te se isto nameće kao logičan rezultat. Milijić[20] u svom istraživanju potvrđuje visoku statističku značajnost obuke o bezbednosti, dok je istraživanje Lin i saradnika[21]pokazalo suprotne rezultate.

Zaključak analize relevantne literature, koju su sproveli Nikolić i Rančić[22], potvrđuju uticaj različitih psihosocijalnih faktora rizika, kao što su organizacija rada, neodgovarajuća komunikacija, nasilje treće osobe (fizički sukob sa nekim) i drugi, sa psihološkim reakcijama kod zaposlenih (stres). Svi stresovi koji su analizirani u okviru ovog rada u vezi su sa osećajem bezbednosti na radnom mestu, te se na osnovu njih može izvući zaključak da osobe koje se osećaju nebezbedno na radnom mestu više pribegavaju mehanizmima prevazilaženja stresa, kao što su stručna pomoć i razgovor sa prijateljima, ali neretko se odaju neprihvatljivim ponašanjem kao što je odavanje alkoholu. Leitao Alexandre[23]ističe da su na drugom mestu u Evropi povrede povezane sa stresom, depresijom i anksioznošću, čak 19,9% prijavljenih povreda na radu.

Zaključak

Korporativna bezbednost raste sa razvojem koncepta ljudske bezbednosti i njenom osnovnom idejom, zaštitom i bezbednosti pojedinca. Korporacije razvijaju mehanizme upravljanja svim rizicima koji mogu dovesti do narušavanja bezbednosti zaposlenih, poslovanja i kapitala. Upravljanje rizicima u kompaniji podrazumeva, između ostalog, njenu obavezu da svako radno mesto i svakog zaposlenog maksimalno zaštiti od poznatih rizika koji ugrožavaju (ili mogu da ugroze) bezbednost i zdravlje zaposlenih, kao dela celokupne bezbednosti pojedinca. Rezultati istraživanja ukazuju na potrebu i značaj upravljanja psiho-socijalnim rizicima na radnom mestu, sa akcentom na zaštiti i smanjenju stresa do nivoa koji ne utiče negativno na produktivnost.

[20] Ibid 39, 41, 43

[21] Lin Si-Hao et al.: "Safety climate measurement at workplace in China: A validity and reliability assessment." *Safety Science,* 46(7)/2008. str. 1037.

[22] Nikolić Vesna, Rančić Miljana: „Promocija zdravlja na radnom mestu u funkciji prevencije mentalnih poremećaja", U (B.A.), Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici", *Studentski kulturni centar Niš*, Niš, 2017. str. 95.

[23] Leitao Alexandre Sara: "Management of safety climate and the psychosocial work environment – new challenges for occupational health and safety professionals?", Doctoral dissertation, University College Cork, 2015.

Teoretičari u oblasti korporativne bezbednosti zagovaraju potrebu kvalitetne i kontinuirane obuke na radnom mestu, a što je potvrđeno i rezultatima ovog istraživanja, sa ciljem sprečavanja povreda zaposlenih i razvijanja pozitivne bezbednosne klime.

Preventivne mere je potrebno razvijati u odnosu na faktore koji dovode do povećanja osećaja nebezbednosti na radnom mestu, s osvrtom na sociodemografske karakteristike pojedinaca u radnoj sredini i na radnom mestu. Industrija igara na sreću je specifičnija u odnosu na druge delatnosti, čiji zaposleni imaju direktan kontakt sa klijentima i novcem u poslovnicama, ali je ne treba izdvajati po stepenu (ne)bezbednosti od kompanija u oblasti bankarstva, maloprodajnih objekata i slično. Poslodavci u ovoj industriji treba da razvijaju pozitivnu bezbednosnu kulturu, kako bi njihovi zaposleni u poslovnicama mogli da razumeju i odgovore na rizike, a sa ciljem stvaranja povoljnije percepcije osećaja bezbednosti u svom radnom okruženju.

Rad je imao ambiciju da osvetli potencijalne faktore koji utiču na osećaj bezbednosti na radnom mestu u ovoj industriji, ali i privredi kao celini, te da ukaže na potrebne novih dubljih istraživanja u cilju razvijanja bezbednijih radnih sredina.

LITERATURA

- Anđelković Slobodan: „Korporativna bezbednost kao činilac nacionalne bezbednosti“, doktorska disertacija, Univerzitet Edukons, Fakultet za evropske političko-pravne studije, Beograd, 2015. 30.01.2020. preuzeto sa adrese:http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/4618/Doktorska%20disertacija.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Axworthy Lloyd:„Human security and global governance: putting people first“, Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations, 7(1)/2001.preuzeto 28.01.2020. sa adrese: https://doi.org/10.1163/19426720-00701004
- Clifton Smith., Brooks J. David (2013): Security Science: The Theory and Practice of Security, Butterworth Heinemann, US.
- Čavar Ivana: „Kockanje. Od dokolice do socijalne patologije“,(B. Kozjak), Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, 24(2-3)/2015.
- Đorđević Lj. Ivica (2013):Ljudska bezbednost- Globalni kontekst i primena u Srbiji, Institut za uporedno pravo: Dosije studio, Beograd
- Đorđević Lj. Ivica, Džigurski Ozren (2020): „The Hybridizantion of security systems as a funkcion of the human security concept“, Teme
- Đukanović Borislav, Knežević-Tasić Jasmina (2015): Bihevioralne zavisnosti u Srbiji, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad

- Fijat. M. Ljilajana, Čudan Aleksandar, Tomašević Stevan: „Sport bez igre – pranje novca“, Tims. Acta, 8(2)/2014.
- Gavrilović Dušan:„Opštine i regioni u Republici Srbiji“, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2019. preuzeto 10.02.2020. sa adrese: https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201913046.pdf
- Jocić Neda (2009): „Edukacija poslodavca u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu“, Zaštita u praksi, Beograd, 4/2009.
- Jović Slađana et al. (ur.): „Sources of stress among future helper professionals in human services“, HealthMED
- Kosić Simo: „Kultura prevencije u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu“, Primenjena zaštita i njeni trendovi, Zlatibor, 2014.
- Krohne Heinz Walter (2002): „Stress and coping theories“. International Encyclopedia of the Social Behavioral Sceinces, 22, 15163-15170.
- Leitao Alexandre Sara: “Management of safety climate and the psychosocial work environment – new challenges for occupational health and safety professionals?”, Doctoral dissertation, University College Cork, 2015.
- Lin Si-Hao et al. (ur.): “Safety climate measurement at workplace in China: A validity and reliability assessment.” Safety Science, 46(7)/2008.
- Maslach Christina, Schaufeli B. Wilmar, Leiter P. Michael: „Job burnout“, Annual review of psychology, 52(1)/2001.
- Milošević Mladen, Keković Zoran: „Risk assessment in protection of persons, property and business affairs: Risks of illegal behavior and lack of adequate normative regulations“, Vojno delo,63(1)/2011.
- Milijić Nenad: „Modelovanje uticajnih faktora radnog mesta na bezbednost rada u proizvodnim kompanijama“, doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet u Boru, 2015. preuzeto 28.01.2020. sa adrese: https://fedorabg.bg.ac.rs/fedora/get/o:11558/bdef:Content/get
- Nikolić Vesna, Rančić Miljana: „Promocija zdravlja na radnom mestu u funkciji prevencije mentalnih poremećaja“, U (B.A.), Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“, Studentski kulturni centar Niš, Niš, 2017.
- Ongori Henry, Agolla J. Evans: „Occupational stress in organizations and its effects on organizational performance“, Journal of Management Research, 8(3)/2008.
- Petrović Lazar, Sinkovski Stevan: „Korporativna bezbednost - osnove zaštite biznisa i preduzetništva“, Bezbednost, 54/2012.
- Radojević Kristina: „Bezbednosna kultura u menadžmentu bezbednosti - istraživanje stavova u Republici Srbiji“, Godišnjak Fakulteta bzebednosti, Fakultet bezbednosti, Beogard, 2014.
- Rice Virginia. Hill (2012): „Theories of stress and its relationship to health“. Handbook of Stress, Coping, and Health 22-42.. Los Angeles:Sage Publications.
- Stajić Ljubomir, Mijalković Saša, Stanarević Svetlana (2005): Bezbednosna kultura, Draganić, Beograd

- Simić R. Dragan (2002): „Nauka o bezbednosti - savremeni pristupi bezbednosti“, Službeni list SRJ, Beogad
- Stojanović Snežana: „Psihologija i bezbednost - Primenjena psihologija“. U (J.V), Škola i profesija, Univerzitet u Nišu, Filozofski fakulet Niš, Niš, 2007.
- Šuput Dejan (2018):„Finansijke posledice nameštanja fudbalskih utakmica“, U (K.J., S.A.), Privredni kriminal u Republici Srbiji – stanje i izazovi, Institut za uporedno pravo, Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, Beograd, 2018.
- Trivan Dragan (2012): Korporativna bezbednost, Dosije studio, Beograd
- Trifunović Darko: „Nataional and internationa security and corporate governance“, Teme, 43(4)/2020.
- Vučinić Zoran, Benković Dalibor, Vučinić Jovan: „Analiza i oblikovanje radnog mjesta – radnik na računalu“. U (S. B.), Međunarodno savetovanje – Rizik i bezbednosni inženjering, Visoka tehnička škola strukovnih studija u Novom Sadu, Novi Sad, 2018.
- Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu, Službeni glasnik Republike Srbije, 101/2005
- Zakon o igrama na sreću, Službeni glasnik Republike Srbije, 88/2011, 93/2012, 30/2018 i 95/2018
- Zoričić Zoran: “Fenomenologija i psihoterapija patološkog kockanja”. U Bolesti zavisnosti –Savremena dostignuća u prevenciji, lečenju i rehabilitaciji. Evropski centar za mir i razvoj (ECPD) – Univerzitet za mir Ujedinjenih nacija, Beograd, 2015.

Jelena D. Marković

UDC 159.944.4.072-057.168
351.752.175

DOI: 10.5937/MegRev2201109M
Original scientific paper
Received 01.06.2021.
Approved 16.01.2022.

THE SAFETY OF YOUNG EMPLOYEES IN THE GAMBLING INDUSTRY

Abstract: *Modern society shifts its focus to the security of the individual, as the basic unit of society, in all spheres of his life. The aim of this study is to present the results of research on the subjective feeling of safety of employees in the gaming industry in Serbia. The results showed that almost half of them feel insecure in their workplace. Analysis of the results of research tells us that the socio-demographic characteristics of subjects, such as sex, age structure, but also the Serbian region in which they live, and also if they belong to the student population, have an impact on their perception of the level of safety in the workplace. Other socio-demographic characteristics of an individual which have been studied have shown no statistical significance. Stress in respondents who feel very insecure in the workplace increases most when there is a physical conflict with someone or a major material loss.A linear correlation between indicators of stress and feelings of safety in the workplace was confirmed. The obtained results can be used to improve the safety situation at workplaces where money and people are handled, but also to take preventive measures in order to reduce the level of risk.*

Keywords: *security, workplace, health, company, gambling*

Miloš N. Milojević*

UDK 373.2.011.3-051
373.2.016

DOI: 10.5937/MegRev2201127M
Originalni naučni rad
Primljen 04.02.2022.
Odobren 27.02.2022.

EMOCIONALNE KOMPETENCIJE VASPITAČA U PREDŠKOLSKIM USTANOVAMA

Apstrakt: *Vaspitači imaju važnu ulogu u dečijem razvoju, s obzirom da su pored roditelja veoma uticajne osobe koje su u kontinuiranom kontaktu sa decom, predstavljaju autoritet i modeluju ponašanje dece. Znanja, veštine i sposobnosti, ali takođe i karakterne crte vaspitača, odnosno kompetencije, iz tih razloga su veoma važne, pa se s toga ovaj rad fokusira upravo na kompetencije vaspitača u predškolskim ustanovama, sa posebnim akcentom na njihove emocionalne kompetencije, koje kao najvažnije uključuju prepoznavanje svojih i tuđih emocija i kontrolu impulsa. Cilj ovog istraživanja jeste utvrđivanje stepena razvijenosti emocionalnih kompetencija vaspitača. U istraživanju je učestvovalo 108 vaspitača, a ispitivanje je vršeno putem skale procene na kojoj se od 1 do 5 procenjivao stepen slaganja sa tvrdnjama osmišljavanih na osnovu teorijskog koncepta Suzića**. Rezultati istraživanja pokazali su da mlađi vaspitači (po starosti i po radnom stažu) imaju više skorove na instrumentu u odnosu na starije vaspitače na skoro svim subskalama (sem prepoznavanja svojih i tuđih emocija i samopouzdanja). Ovaj podatak ukazuje da mlađi vaspitači procenjuju svoje emocionalne kompetencije kao više razvijene u odnosu na starije vaspitače. Na osnovu ovih rezultata izvedene su određene preporuke za dalja istraživanja i pedagošku praksu.*

Ključne reči: *Emocionalne kompetencije, Empatija, Vaspitači, Predškolske ustanove.*

* Master vaspitač, doktorand pedagoških nauka Filozofskog fakulteta Univerziteta u Prištini sa privremenim sedištem u Kosovskoj Mitrovici, P.U. „Čika Jova – Zmaj“ Beograd, Srbija; zifymail@gmail.com

** Suzić Nenad, (2004): Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi Sad, 173-191.

1. UVOD

Sa napretkom nauke, koga su prouzrokovala brojna istraživanja iz oblasti obrazovanja i vaspitanja, sve se više važnosti pridaje ranom razvoju deteta. Ključnu ulogu u procesu dečjeg razvoja imaju odrasli, na prvom mestu roditelji (i uža porodica), a zatim i vaspitači. Oni su primarne figure sa kojima se deca identifikuju, i koji od početka modeluju njihovo ponašanje i karakter. Vaspitači svakodnevno provode vreme u neposrednom radu sa decom, i deca poput „sunđera" upijaju sve što vaspitači svesno ili nesvesno prenose na njih. Imajući to u vidu, može se stvoriti slika o važnosti uloge vaspitača, pa samim tim i određenih, ključnih odlika vaspitača (znanja, veštine, stavovi). Ovaj rad se fokusira upravo na *kompetencije vaspitača* u predškolskim ustanovama, sa posebnim akcentom na njihove *emocionalne kompetencije*, koje se smatraju neophodnim u XXI veku.

2. POLAZNE TEORIJSKE OSNOVE ISTRAŽIVANJA

2.1. Pojam emocionalnih kompetencija

U savremenom svetu, formalno obrazovanje, stručno zvanje i zanimanje nisu od presudnog značaja za uspešnost u radu. Konkretne veštine i znanja su daleko presudnije za zapošljavanje mladih. Pored stručnih kompetencija za obavljanje nekog posla potrebne su i takozvane funkcionalne veštine koje su međupredmetne i ne uče se eksplicitno kroz formalni sistem obrazovanja. Neke od tih veština bi bile: poznavanje jezika, poznavanje rada na računaru, veštine komunikacije, saradnje u timu itd. S obzirom da ove veštine podrazumevaju više od konkretnog znanja i tehničke osposobljenosti, radije se koristi pojam "kompetencije". Danas se u savremenoj nauci o obrazovanju umesto o: izolovanim znanjima, veštinama i sposobnostima, radije govori o njihovom sklopu, odnosno o *kompetencijama neophodnim za uspešno obavljanje određene profesije*[1]. Kompetencije predstavljaju složen sistem - sklop kognitivnih i praktičnih veština i sposobnosti, iskustava, strategija, navika, ali i emocija, vrednosti, motivacije, stavova... , kao i delatna znanja koja podrazumevaju mogućnost da se izaberu načini ponašanja koji vode do odgovarajućih rezultata u konkretnoj problemskoj situaciji [2]. Na taj način kompetencije predstavljaju integraciju *deklarativnog* (znanje „o"), *proceduralnog* (znanje *„kako")* i *kondicionalnog* (znanje *„kada"*) *znanja*[3].

[1] Rajović Vera., Radulović Lidija, (2007): Kako nastavnici opažaju svoje inicijalno obrazovanje: na koji način su sticali znanja i razvijali kompetencije. *Nastava i vaspitanje*, 51 (4), Pedagoško društvo Srbije, Beograd, 413–434.

[2] Ibid

[3] Ibid

Za uspešno funkcionisanje nekog pojedinca u poslovnom i svakom drugom smislu, potrebne su i kompetencije koje prevazilaze njegove stručne kompetencije i zalaze u polje emotivnih ili socijalnih kompetencija. Veštine ovladavanja stresom, kontrola emocija, saosećanje, kao i asertivna komunikacija i timski rad spadaju samo u neke od veština koje su poželjne za uspešno funkcionisanje, a nisu kognitivnog tipa. Ipak, postavlja se pitanje šta čini socijalne kompetencije i kakav je njihov odnos sa srodnim kompetencijama (poput emocionalnih). Jedan od odgovora nude dva autora koji se iz različitih uglova bave ovom temom i pokušavaju da konceptualizuju pojam socijalnih kompetencija. Rouz-Krasnoreva, (prema Petrović i Zotović, 2007.)[4] emocionalne kompetencije posmatra kao osnov za razvoj socijalnih kompetencija. Po ovoj autorki odnos između ovih kompetencija se predstavlja na piramidi u kojoj su pojedinačne kompetencije u njenoj osnovi, a zatim se nadograđuju u složenije kompetencije koje su na vrhu piramide. Na najnižem nivou piramide socijalna kompetencija je određena kroz specifične kognitivne, emocionalne i socijalne sposobnosti, na kojima se temelje viši nivoi"[5]. Na ovom nivou se emocionalne kompetencije prve pojavljuju kao osnov socijalnih – na primer: prepoznavanje svojih i tuđih emocija je osnov za razvoj efikasnih socijalnih veština. Srednji nivo obuhvata dva domena – *domen sebe* (osećanje lične efikasnosti u socijalnom funkcionisanju) i *domen drugih* (efikasnost pojedinca viđenu iz perspektive drugih - kvalitet prijateljskih odnosa, socijalni status, prihvatanje i ispunjavanje socijalnih uloga). Emocionalne kompetencije ponovo postaju značajne i to kroz domen sebe – npr., samopouzdanje je dobar osnov razvoja socijalne efikasnosti. Na najvišem nivou, socijalna kompetencija je definisana kao organizovan sistem ponašanja koji vodi efikasnim socijalnim interakcijama.[6]

Emocionalne kompetencije koje su iskorišćene kao primeri u prethodnim redovima na jednom mestu je popisao Suzić (2004)[7]: emocionalnu svest: prepoznavanje svojih i tuđih emocija; jasan osećaj moći i limita; samokontrolu, kontrolu ometajućih emocija i impulsa; empatiju i altruizam; istinoljubivost, izgradnju standarda časti i integriteta; adaptabilnost, fleksibilnost u prihvatanju promena; inovaciju, otvorenost za nove ideje, pristupe i informacije.[8]

Ovaj spisak kompetencija može poslužiti kako kao skup indikatora za istraživanje emocionalnih kompetencija (za šta ga je autor ovog teksta iskoristio), tako i za razvijanje programa usavršavanja vaspitača u pogledu ovih kompetencija.

---

4 Petrović Jelica, Zotović Marija, (2007): Prihvaćenost u grupi vršnjaka i emocionalna kompetentnost dece predadolescentskog uzrasta, *Psihologija*, Vol. 40 (3), Društvo psihologa Srbije, Beograd, 431-445.

5 Ibid

6 Ibid

7 Suzić Nenad, (2004), Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi Sad, 173-191.

8 Suzić Nenad, (2004): Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Novi Sad: Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi Sad, 173-191.

2.2. Empatija i teorija uma

Empatija spada u jedan od značajnijih mehanizama socijalne interakcije i pozitivni oblik socijalnog ponašanja. U najširem smislu, prosocijalno (ili pozitivno socijalno) ponašanje se definiše kao voljno, intencionalno ponašanje koje ima pozitivne posledice po druge[9]. Prema nekim autorima empatija kao emocionalno „uosećavanje u psihičko stanje druge osobe, izvor je dobrih, altruističkih dela".[10]

Empatija potiče od grčke reči „εν" što znači „u" i reči: „παθος" koja u slobodnom prevodu znači „osećanje" ili „strast", što bi doslovno značilo „uosećavanje" ili „uživljavanje".[11] Termin je u psihologiji prvi upotrebio Tičener 1909. god.,[12] preuzimanjem samog termina od nemačke reči „Einfühlung". Tičener koristi termin u značenju sposobnosti osobe da se uživi u unutrašnja stanja drugih.

Stručnjaci za razvojnu psihologiju ističu da postoje u stvari dve komponente empatije: 1) Emocionalna reakcija prema drugima, koja se normalno razvija tokom prvih šest godina života i 2) Spoznajna reakcija, koja određuje stepen do kog su starija deca sposobna da shvate tačke gledišta ili perspektivu nekoga drugog.[13]

Ova druga komponenta se danas u literaturi prepoznaje pod nazivom *teorija uma* ili *mentalizacija*. Ovaj pojam se odnosi na detetovo razumevanje mentalnih stanja. Osnovna karakteristika teorije uma je naglasak na intenciji. Razvijena funkcija mentalizacije kod roditelja (ili drugih važnih figura) i *sigurna vezanost dece* su preduslov pripisivanja intencionalnosti deci. Deca opažaju da se njihovi roditelji (ili druge značajne osobe) prema njima ponašaju dosledno, te počinju da uviđaju tu intenciju u sebi i konačno, deca počinju da misle o svom ponašanju, doživljajima i osećanjima (Fonagy, 2000, prema Mirić i Dimitrijević, 2006).[14] Da bi roditelji (ili druge značajne osobe) mogli da odgovaraju deci na adekvatan način, i oni sami treba da poseduju mentalizaciju tj. kapacitet da savladaju strah, opaze tuđe potrebe, odgovore na njih, jednom rečju, da budu sigurno vezani i autonomni.

---

9 Rot Nikola, Radonjić Slavoljub, (2002): *Psihologija za drugi razred gimnazije*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 295.

10 Suzić Nenad, (2004): Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi Sad, 173-191.

11 Liddell Henry George, Scott Robert, *(1940), A Greek-English Lexicon*. revised and augmented throughout by. Sir Henry Stuart Jones. with the assistance of Roderick McKenzie, Clarendon Press, Oxford, 334.

12 Titchener , Edward Bradford (1909), *Lectures on the experimental psychology of the thought-processes,* The MacMillan Company, New York, 127.

13 Šapiro Lorens,(1998), *Emocionalna inteligencija ili kako vaspitanjem dobiti dete sa visokim EQ*, Narodna knjiga, Beograd, 263.

14 Mirić Jovan, Dimitrijević Aleksandar, (2006), *Afektivno vezivanje: eksperimentalni i klinički pristupi, Poreklo i priroda psihološke vezanosti,* Centar za primenjenu psihologiju, Beograd, 128.

Ova funkcija omogućava deci da shvate sopstvena i tuđa uverenja, osećanja, stavove, želje, nade, saznanja, maštanja, namere, planove, itd. Putem mentalizacije, ponašanje drugih postaje smisleno i predvidivo, a dodatno omogućava da se iz repertoara mogućih načina reagovanja biraju oni koji su najpogodniji u tom interpersonalnom kontekstu.[15]

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

3.1. Problem istraživanja

Roditelji su najčešće ti koji od prvih dana brinu o svojoj deci, i odgovorni su za zdrav razvoj njihove ličnosti. Međutim škola kao vaspitno-obrazovna ustanova može (i treba) im u tome pomoći.[16] S buđenjem svesti o značaju ranog razvoja deteta, predškolska ustanova dobija veći značaj kao prva u nizu vaspitno-obrazovnih institucija. To dalje implicira da su vaspitači, prvi posle roditelja, ti sa kojima se deca identifikuju i predstavljaju im neku vrstu modela. U periodu kada deca tek razvijaju svest o sebi, uče da prepoznaju svoje emocije i adekvatno reaguju na njih, veoma je bitno da modeli pružaju dobar uzor u emocionalnom prepoznavanju i reagovanju, odnosno da sami imaju visoko razvijene emocionalne kompetencije. Te kompetencije se kao i druge razvijaju i moguće ih je unapređivati kroz profesionalni i lični razvoj. Prvi korak je spoznaja o stepenu razvijenosti kompetencija, a ovo istraživanje želi da doprinos upravo u tom prvom koraku.

3.2. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je utvrđivanje stepena razvijenosti emocionalnih kompetencija vaspitača.

3.3. Zadaci istraživanja

Zadaci ovog istraživanju su:

1. Utvrditi da li su vaspitači edukovani kroz posebne seminare, programe i obuke za razvijanje emocionalnih kompetencija
2. Utvrditi koliko su vaspitači svesni svojih kompetencija
3. Ispitati da li i na koji način vaspitači vrednuju kvalitet svog odnosa sa decom.

[15] Fonagi Peter, (2006), Šta je zajedničko psihoanalitičkoj teoriji i teoriji afektivnog vezivanja, *Afektivno vezivanje: eksperimentalni i klinički pristupi*, Centar za primenjenu psihologiju, Beograd, 271.

[16] Bratanić Marijha, (1990), Mikro-pedagogija Interakcijsko- komunikacijski aspekt odgoja, Školska knjiga, Zagreb, 19-20.

4. Utvrditi stavove vaspitača prema sopstvenoj profesiji
5. Utvrditi stavove vaspitača prema aktuelnom sistemu vaspitanja i obrazovanja.

3.4. Uzorak istraživanja

U ovom istraživanju učestvovalo je 108 vaspitača iz privatnih (N_{pv}=6) i državnih (N_{dv}=102) predškolskih ustanova u Srbiji. Uzorak vaspitača je bio prigodan, i činili su ga ispitanici iz Beograda (N_{bgd}=99) i Jagodine (N_{ja}=9). Struktura istraživanog uzorka je predstavljena u Tabeli 1.

Tabela 1. *Struktura uzorka*

Varijable	Raspodela po kategorijama							
Pol	muški	4	ženski	102			nije odgovorilo	2
Obrazovanje	više	30	visoko	66	master	10	nije odgovorilo	2
Pohađanje obuka iz oblasti emocionalnog razvoja dece	Da	28	Ne	69			nije odgovorilo	11
Ukupno	108							

Tabela 2. *Karakteristike uzorka*

	AS	Min.	Maks.
Godine starosti	39.91	23	59
Godine radnog iskustva	13.86	1	37
Broj upisane dece	29.67	10	41
Broj dolazeće dece	24	0	37
Broj dece atipičnog razvoja	3	0	20
Broj stručnih obuka	3	0	15

U Tabeli 2 navedene su minimalne, maksimalne i prosečne vrednosti na varijablama koje mere karakteristike iskustva vaspitača iz ispitivanog uzorka (u pogledu godina starosti, radnog iskustva, broj upisane i dolazeće dece, iskustvo sa decom atipičnog razvoja, kao i iskustvo pohađanja stručnih obuka). Tu je važno napomenuti da je 84% vaspitača radilo sa do četvoro dece atipičnog razvoja, kojima je potrebna posebna društvena podrška.

3.5. Instrumenti istraživanja

U ovom istraživanju korišćena je skala procene za vaspitače, koja je pripremljena za potrebe ovog istraživanja. Zadatak ispitanih vaspitača je bio da za svaku tvrdnju odrede u kom stepenu se sa njom slažu.

Tvrdnje su osmišljene na osnovu sedam indikatora emocionalne kompetencije i težilo se da svaki indikator bude predstavljen sa 4-6 pitanja. Tvrdnje su izražavane u vidu rečenica koje izražavaju stav vaspitača, a stepen slaganja izražavao se na skali Likertovog tipa. Indikatori su sastavljani na osnovu liste kompetencija N. Suzića (2004) koje je autor detaljnije opisao u uvodu. To su sledeći indikatori:

- Emocionalna svest, prepoznavanje svojih i tuđih emocija;
- Samopouzdanje, jasan osećaj moći i limita;
- Samokontrola, kontrola ometajućih emocija i impulsa;
- Empatija i altruizam;
- Istinoljubivost, izgradnja standarda časti i integriteta;
- Adaptabilnost, fleksibilnost u prihvatanju promena;
- Inovacija, otvorenost za nove ideje, pristupe i informacije.

Radi provere valjanosti indikatora da mere ono što prema autoru Suziću (2004) treba da mere, tj. emocionalnu kompetenciju, urađene su korelacione analize između indikatora međusobno. U Tabeli 3 se nalaze rezultati ove analize, pri čemu su sve naglašene korelacije statistički značajne, a u legendi je opisano na koji način se mogu uočiti razlike između značajnosti na nivou 0.05 i 0.01.

Tabela 3. *Korelacija između indikatora*

	1	2	3	4	5	6	7
1 - emocionalna svest							
2 - samopouzdanje	.478**						
3 - samokontrola	.551**	.500**					
4 - empatičnost	.376**	.446**	.419**				
5 - istinoljubivost	.324**	.353**	.395**	.468**			
6 - adaptibilnost	.192	.293**	.418**	.263**	.238*		
7 - inovativnost	.308**	.286**	.512**	.291**	.410**	.674**	

** Označava da je korelacija značajna na nivou 0.01

* Označava da je korelacija značajna na nivou 0.05

Nakon što je za svaki indikator kreiran set pitanja, autor je ista regrupisao i na još 4 dimenzije po srodnosti. Pri obradi podataka, grupe ispitanika će biti poređene kako po indikatorima tako i po ove 4 dimenzije.

Te dimenzije su:

- Svestan svojih kompetencija i karakteristika drugih
- Teži i vrednuje uspostavljanje kvalitetnog odnosa sa detetom
- Stavovi prema obrazovanju i vaspitanju
- Stavovi prema profesiji

Pored ove skale procene, instrument se sastoji i iz više uvodnih pitanja kojima se ispituju karakteristike ispitanika relevantne za istraživanje: demografski podaci i podaci o profesionalnom iskustvu ispitanika. To su: pol, godine starosti i radnog iskustava, obrazovanje, mesto boravka. Pored toga, za ovo istraživanje značajni su i sledeći podaci: uobičajen broj dece u grupi, iskustvo u radu sa decom kojima je potrebna posebna društvena podrška, broj obuka i stručnih usavršavanja koje su prošli kao i vrsta i kvalitet tih obuka.

Instrument je bio anonimnog tipa i vaspitači su ga popunjavali na dobrovoljnoj bazi.

Vreme i mesto istraživanja: Istraživanje je urađeno u periodu od jula do septembra 2016. godine.

3.6. Obrada i analiza podataka

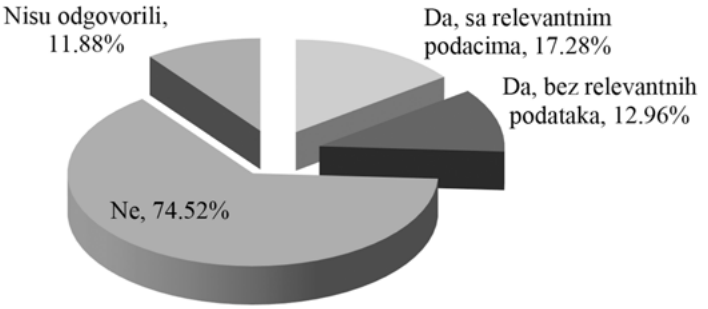
Pored deskriptivne statistike, za obradu podataka u ovom istraživanju koristiće se i korelativna analiza i analiza varijanse razlika među grupama.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1. Edukovanost vaspitača za razvijanje emocionalnih kompetencija

Kao što smo naveli u segmentu koji se bavi opisom uzorka istraživanja, ispitivani vaspitači su u proseku pohađali 3 stručne obuke u poslednje tri godine. Pri tome, bilo je vaspitača koji su izjavili da su pohađali više od 5 obuka, ali se čak 93.3% vaspitača izjasnilo da je pohađalo 5 ili manje od 5 obuka.

Ovim istraživanjem je ispitivano i, da li je među obukama koje su ispitanici pohađali bilo i onih čija je tema vezana za podsticanje emocionalnog razvoja kod dece. Raspodelu odgovora ispitanika možete videti na Grafiku 1. Čak 74.52% ispitanika je izjavilo da nije pohađalo ni jednu obuku iz oblasti emocionalnog razvoja dece ili u vezi sa emocionalnim kompetencijama vaspitača. Sa druge strane, 17.28% ispitanika je navelo nazive obuka koje su u katalogu *Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja* za školsku 2016/17 i 2017/18. Ovo je relavantno jer se na taj način pouzdano može reći da su teme obuka i oblasti kompetencija koje razvijaju zaista u vezi sa emocionalnim kompetencijama vaspitača.



Grafik 1. – *Broj ispitanika koji nisu pohađali obuke koje jačaju emocionalne kompetencije vaspitača, u poređenju sa onim koji izjavljuju da jesu ali nisu naveli koje su obuke pohađali, kao i onih koji su naveli relevantne obuke*

U Tabeli 4 navedeni su nazivi obuka koje su ispitanici pohađali, kao i da su li su u vezi sa emocionalnim razvojem dece ili na drugi način unapređuju emocionalne kompetencija kod vaspitača. Većina obuka je iz oblasti K3 koja se odnosi na kompetencije za podršku razvoju ličnosti učenika.

Tabela 4. – *Vrsta obuke, učestalost navođenja i oblast kompetencija koje obuka unapređuje*

Naziv obuke	Učestalost navođenja	Oblast kompetencija
Dečiji strahovi kao infibitori napredovanja u razvoju i učenju	4	K3
Pozitivno vaspitanje – pozitivna disciplina u vrtiću	4	K3
Naš vrtić kao mesto za opuštanje – antistres program za decu i odrasle	2	K4
Vrtić kao sigurna baza: Tehnike jačanja kvaliteta brige o deci	1	K3
Podsticanje dečjeg razvoja primenom i oblikovanjem prirodnih materijala	1	K2
Podsticanje dečjeg samopoštovanja putem kooperativne komunikacije	5	K3
Profesionalna orijentacija (PO): osnaživanje mladih kroz samospoznaju	1	K3

* K1 – kompetencije za nastavnu oblast, predmet i metodiku nastave;
K2 – kompetencije za poučavanje i učenje;
K3 – kompetencija za podršku razvoju ličnosti učenika;
K4 – kompetencije za komunikaciju i saradnju

Samoprocena vaspitača u pogledu sopstvenih emocionalnih kompetencija

Glavna analiza koja je korišćena u ovom istraživanju jeste analiza varijanse (ANOVA) skorova na indikatorima, pri čemu su nezavisne varijable: godine radnog staža i godine života. Pošto su obe ove varijable numeričke, pre same ANOVE urađena je kategorizacija ove dve varijable, pri čemu su godine radnog staža dobile tri kategorije (1 – manje od 10 godina; 2 – od 11 do 20; i 3 – preko 21). Godine života, tj. starost ispitanika preformulisana je kao kategorička varijabla sa četiri kategorije (1 – 20 do 30; 2 – 31 do 40; 3 – 41 do 50; i 4 – od 51 do 60).

Tabela 5. *Analiza varijanse skorova po indikatorima u odnosu na godine radnog staža i godine iskustva sa aritmetičkim sredinama za svaku kategoriju*

	Starost	Broj	AS	SD	F	p	Radni staž	Broj	AS	SD	F	p
Emocional.	21-30	21	4.01	0.76								
	31-40	40	4.05	0.61			Do 10 god.	54	4.06	0.66		
	41-50	25	4.04	0.66	.065	.978	11-20	25	3.99	0.72	.193	.825
	51-60	20	3.98	0.62			Preko 21 god.	25	3.98	0.59		
	Ukupno	106	4.03	0.65			Ukupno	104	4.03	0.65		
Samopouzd.	21-30	21	3.9	0.36								
	31-40	40	3.84	0.28			Do 10 god.	54	3.84	0.33		
	41-50	25	3.73	0.4	1.594	.195	11-20	26	3.73	0.38	.948	.391
	51-60	21	3.72	0.31			Preko 21 god.	25	3.78	0.3		
	Ukupno	107	3.8	0.34			Ukupno	105	3.8	0.33		
Samokontrol.	21-30	22	4.4	0.53								
	31-40	40	4.22	0.63			Do 10 god.	55	4.3	0.62		
	41-50	25	3.93	0.75	**3.446**	**.019**	11-20	25	3.8	0.65	**5.483**	**.005**
	51-60	20	3.88	0.61			Preko 21 god.	25	4.06	0.65		
	Ukupno	107	4.12	0.66			Ukupno	105	4.12	0.66		
Empatičnost	21-30	21	4.36	0.39								
	31-40	39	4.19	0.56			Do 10 god.	53	4.3	0.5		
	41-50	25	4.09	0.45	1.657	.181	11-20	25	4.02	0.52	**3.362**	**.039**
	51-60	19	4.02	0.65			Preko 21 god.	24	4.03	0.58		
	Ukupno	104	4.17	0.53			Ukupno	102	4.17	0.54		
Istinoljub.	21-30	22	4.34	0.56								
	31-40	39	4.16	0.53			Do 10 god.	54	4.26	0.54		
	41-50	25	4.02	0.42	**2.440**	**.069**	11-20	26	3.98	0.44	3.598	.031
	51-60	20	3.96	0.49			Preko 21 god.	24	4.02	0.47		
	Ukupno	106	4.13	0.52			Ukupno	104	4.14	0.52		
Adaptibil.	21-30	21	3.9	0.65								
	31-40	37	3.45	0.71			Do 10 god.	51	3.66	0.72		
	41-50	25	2.99	0.77	**7.282**	**<.001**	11-20	26	3.04	0.7	**68.269**	**<.001**
	51-60	20	3.13	0.7			Preko 21 god.	24	3.11	0.78		
	Ukupno	103	3.37	0.77			Ukupno	101	3.37	0.78		
Inovativ.	21-30	21	4.01	0.5								
	31-40	38	3.88	0.48			Do 10 god.	53	3.93	0.51		
	41-50	25	3.53	0.62	**8.431**	**<.001**	11-20	24	3.5	0.58	**8.300**	**.001**
	51-60	20	3.26	0.66			Preko 21 god.	25	3.45	0.67		
	Ukupno	104	3.7	0.61			Ukupno	102	3.71	0.61		

Na uzorku ispitanika se pokazalo da su razlike između grupa ispitanika, za neke indikatore u okviru obe varijable, statistički značajne. U Tabeli 5 može se videti na kojim indikatorima su razlike između grupa ispitanika statistički značajne. Kao što se može primetiti u navedenoj tabeli, mlađi ispitanici (i po godinama starosti i po dužini radnog staža) imaju statistički značajno više prosečne

skorove na većini varijabli u odnosu na starije kolege. Ovaj podatak važi kako za slučaj kada je analiza varijanse (ANOVA) rađena sa radnim stažom kao nezavisnom varijablom, tako i za slučaj kada je u ANOVI korišćena starost ispitanika kao nezavisna varijabla. Ovo je logično s obzirom da se može pretpostaviti da ove dve varijable visoko koreliraju. Korelaciona analiza je pokazala da je korelacija između starosti i dužine radnog staža $r = .924$ ($p < 0.01$).

Kao što se može videti iz Tabele 5, razlike između grupa se manifestuju na sličan način i za varijablu starosti i za varijablu godina radnog iskustva. Deo leži u onome što je već navedeno, a to je da ove dve varijable visoko koreliraju. Sa druge strane, ovaj podatak autora inspiriše na zaključak da nisu ni godine starosti ni godine iskustva razlog ovim razlikama, već da je u pitanju obrazovanje koje se razlikuje između ovih grupa. Naime, sistem obrazovanja vaspitača se reformisao, te se zvanje vaspitača sada stiče na osnovnim i master studijama na visokoškolskim ustanovama (za razliku od viših škola koje su ranije obrazovale vaspitače). Da bi ova pretpostavka bila proverena, urađena je *crosstab* analiza i ukrštene su varijabla obrazovanje i varijable starost i godine radnog staža. Dobijeni su rezultati koji su potvrdili početnu pretpostavku. Među najstarijim ispitanicima ima najviše onih koji imaju višu školu (15 ispitanika u grupi najstarijih ima višu školu), dok među mlađima nema onih sa višom, a broj visokoobrazovanih je veći (22 ispitanika ima završeni osnovni ili master nivo studija u grupi najmlađih ispitanika) nego u starijoj grupi (samo 6 u ovoj grupi ima završen osnovni ili master nivo studija). Iako bi bilo značajno uraditi i analizu varijanse sa obrazovanjem kao nezavisnom varijablom, u ovom slučaju to nije bilo moguće, iz razloga što je suviše mali broj ispitanika imao višu školu, dok je značajno veći broj njih imao završen fakultet ili master nivo studija.

4.2. Stavovi vaspitača prema sopstvenoj profesiji i aktuelnom sistemu vaspitanja i obrazovanja

Vaspitači obuhvaćeni ovim uzorkom su, kao što se može videti, davali visoke ocene na tvrdnjama koje se tiču emocionalnih kompetencija (ocene su oko 4 ili 5, što znači „uglavnom se slažem“ ili „slažem se u potpunosti“). Ipak, na nekoliko pitanja aritmetička sredina je oko 3 ili niža od 3. U pitanju su sledeće stavke:

- Trudim se da svoj rad često inoviram i unapređujem;
- Smatram da vaspitanike ne treba stalno podržavati ili im pomagati već ih treba pustiti da se sami nose sa svojim emocionalnim stanjima;
- Smatram da su zahtevi za inovacijama u vaspitno-obrazovnom radu preterani i besmisleni;
- Smatram da su vaspitači pre 20/30 godina bolje vaspitavali decu i pobornik sam tradicionalnog načina rada;
- Vaspitač treba da odradi sve svoje radne zadatke, ali ne treba da se previše vezuje za svoju profesiju;

- Smatram da su već provereni načini vaspitno-obrazovnog rada najefikasniji i treba ih se držati;
- Vaspitačka profesija nije ono što je nekada bila, mnoge stvari su se promenile na gore;
- Želim da uvek vladam situacijom u svom radu.

Skoro sve ove stavke imaju zajedničku crtu, jer se sve one tiču, na neki način, vaspitačke profesije i stavova ispitanika u pogledu toga kako treba obavljati vaspitno-obrazovni rad. Naime, na stavke koje se tiču inovativnih promena i primena inovacija, ispitanici se izjašnjavaju da ih ne podržavaju, i preferiraju tradicionalne i ustaljene načine rada. Spisak svih varijabli i podataka o aritmetičkim sredinama i standardnim devijacijama za svaku od njih mogu se naći u Prilogu 1.

Kao što je već navedeno u metodu, pored teorijskih indikatora, ostvaren je pokušaj grupisanja pitanja i po logičkoj strukturi. Na taj način su dobijene četiri nove dimenzije koje se mogu naći u metodu. Takođe, urađena je i analiza varijanse i sa ovim dimenzijama, pa se kao rezultat pokazala činjenica da su razlike između grupa ispitanika različite dužine radnog staža statistički značajno različite na dvema dimenzijama koje se tiču stavova prema profesiji (F_{sp}=9.164 p_{sp}<0.01) i stavova prema obrazovanju (F_{so}=8.014 p_{so}=0.001). Smer razlika je isti kao i za već urađene analize – najmlađi ispitanici imaju najviše skorove.

Vrednovanje kvaliteta odnosa sa decom od strane vaspitača

Analiza varijanse dodatnih dimenzija (*Svestan svojih kompetencija i karakteristika drugih; Teži i vrednuje uspostavljanje kvalitetnog odnosa sa detetom; Stavovi prema obrazovanju i vaspitanju i Stavovi prema profesiji*) pokazala je da mlađi i stariji ispitanici različito vrednuju važnost kvaliteta odnosa sa decom (F_{tko}=6.735, p_{tko}=0.002). Mlađi ispitanici imaju više skorove na ovoj dimenziji što znači da više vrednuju važnost kvaliteta odnosa, nego stariji ispitanici.

5. DISKUSIJA

U ovom istraživanju različitim metodama se dolazilo do istih podataka - mlađi vaspitači imaju više skorove na instrumentu u odnosu na starije vaspitače. Ovaj podatak ukazuje na to da mlađi vaspitači procenjuju svoje kompetencije kao više razvijene. Na skoro svim dimenzijama (sem kod prepoznavanja svojih i tuđih emocija i samopouzdanja) razlike između grupa ispitanika po godinama starosti i radnom iskustvu, bile su statistički značajne. Može se postaviti pitanje zašto mlađi ispitanici dosledno procenjuju svoje kompetencije kao više razvijene. Jedan razlog može biti u obrazovanju ispitanika i načinu na koji program priprema buduće vaspitače. Dokaz da stepen obrazovanja pravi neku razliku mogu

biti rezultati *crosstab* analize koji su pokazali da među mlađim ispitanicima ima najviše osoba sa završenim osnovnim i master studijama (u grupi mlađih ispitanika najviše ima onih koji imaju završen fakultet; od svih ispitanika koji su završili fakultet, najviše je onih koji pripadaju najmlađoj grupi). Na žalost, s obzirom da je autor ovog istraživanja ispitanike birao na nasumičan način, nije postignuta dovoljna ujednačenost ispitanika u različitim kategorijama obrazovanja, te nije mogla da bude rađena analiza varijanse u kojoj bi se ispitanici poredili po stepenu obrazovanja. Autor pretpostavlja da bi obrazovanje kao faktor moglo da igra značajnu ulogu, pogotovu zbog reforme visokog obrazovanja, koja se kontinuirano izvodi u poslednjoj deceniji.

Sa druge strane, postoji mogućnost da razlike između mlađih i starijih ispitanika postoje zbog iskrivljene slike o sopstvenim kompetencijama. Moguće je da mlađi vaspitači precenjuju svoje kompetencije, dok su stariji, poučeni svojim iskustvom, skloniji da kritičnije gledaju na njih. I jedan i drugi argument mogu biti opravdani i preporuka je da se neko naredno istraživanje pozabavi detaljnijim ispitivanjem razlika u procenama.

Deskriptivna statistika je pokazala da vaspitači generalno visoko ocenjuju većinu stavki. Ipak, na pitanja koja se tiču njihovih uverenja u vezi sa vaspitno-obrazovnim radom i uloge vaspitačke profesije, odgovori anketiranih ispitanika dosledno ukazuju da oni više podržavaju tradicionalne načine rada, a manje osavremenjavanje prakse. To može ukazivati na značajan problem stagnacije prakse usled nedostatka volje za promenama i inovacijama u radu. Nedostatak motivacije može ležati u neadekvatnoj finansijskoj nadoknadi, a velikim zahtevima u radu, ili možda još više u degradiranom statusu vaspitačke profesije i obrazovanja generalno.

Kao što se može videti iz rezultata, godine starosti i godine radnog iskustva su se jedine pokazale značajnim nezavisnim varijablama. Iako je uzet u obzir i broj dece, iskustvo u radu sa decom kojoj je potrebna posebna društvena podrška i iskustva pohađanja seminara, nijedna od tih varijabli se nije pokazala značajnom. Kao prvo, varijabla *pol* bi mogla imati značajnu ulogu, ali se zbog velike neujednačenosti u broju među polovima, poređenje ispitanika po ovoj varijabli ne može vršiti. To nije jedinstven slučaj samo sa ovim istraživanjem. U opštoj populaciji broj muških vaspitača je izuzetno mali zbog tradicionalnog viđenja ove profesije. Kao drugo, već je komentarisano da *obrazovanje* može biti značajna varijabla, ali je onda potrebno u istraživanju ciljano birati ispitanike, tako da postoje predstavnici svih kategorija u podjednakom broju. Konačno, autor rada smatra da bi i *veličina grupe* i *iskustvo u radu sa decom atipičnog razvoja*, kao i *pohađanje seminara* mogli biti itekako značajni faktori uticaja na razvoj emocionalnih kompetencija vaspitača. Ipak, metod rada u ovom istraživanju nije dozvolio da se detaljno ispitaju iskustva svih anketiranih ispitanika. Naime, kvalitativnim istraživanjem u vidu intervjua ili fokus grupa, mogu se detaljnije ispitati vrsta i učestalost vaspitačkog iskustva određene vrste.

Mnogi vraćeni upitnici su bili nepotpuni, te za neke ispitanike određeni podaci nedostaju. Razlozi tome mogu biti dvojaki – neki vaspitači su svesno ostavljali prazan prostor predviđen za odgovore na pitanja, jer bi odgovor inače bio negativan (npr.– „Nemam iskustva u radu sa decom kojoj je potrebna posebna društvena podrška", ili „Nisam pohađao/la seminar"), a do tih informacija je ispitivač došao tokom neposrednog razgovora. Međutim, bilo je i onih koji namerno nisu odgovarali na sva pitanja. Ovo ukazuje na slabu motivaciju vaspitača da učestvuju u konkretnom istraživanju. Ovom zaključku doprinosi i činjenica da je određeni broj vaspitača *apriori* odbio učestvovanje i davanje svog doprinosa. Od podeljenih 150 upitnika, popunjeno je 114, a od toga 108 prihvatljivih. To znači da je uzorak ispitanika koji su pristali na anketu iznosio 76%, a prihvatljivih je bilo 72%. Bilo je i listova koji su odbačeni zbog primećenih nepravilnosti (dva identična popunjena lista ili usled nedostatka ¼ odgovora).

6. ZAKLJUČAK

U zaključku treba istaći nekoliko završnih napomena i preporuka za buduće istraživanje. Upitnik, koji je sastavljen za potrebe ovog istraživanja, se pokazao adekvatno homogenim i teorijski zasnovanim. Značajne korelacije srednjeg intenziteta između svih indikatora međusobno ukazuju na njihovu povezanost, ali i različitost. Sa jedne strane, svaki indikator je različit u odnosu na drugi, ali i sličan onoliko koliko doprinosi merenju iste stvari – emocionalne kompetencije. Teorijska postavka Suzića iz 2004. godine[17] je dobila svoju operacionalizaciju u ovom upitniku, koji se može koristiti u budućim istraživanjima kojima je potrebno brzo i efikasno ispitivanje emocionalnih kompetencija vaspitača.

Ako bi se vršila evaluacija ovog istraživanja, neminovno bi se izdvojili određeni zaključci. Kao prvo upitnik se može dalje unapređivati i bogatiti novim pitanjima. Zatim, bilo bi zanimljivo uporediti samoprocene budućih vaspitača (studenata i svršenih studenata u procesu traženja posla) i vaspitača koji već rade u pogledu razvijenosti emocionalnih kompetencija. Konačno, ovo istraživanje se baziralo na samoproceni, a značajno za doprinos ovoj oblasti bilo bi i sprovođenje istraživanja koje bi ispitalo stvarne kompetencije. Jedan od načina ispitivanja emocionalnih kompetencija mogla bi biti i upotreba opservacione metode uz pomoć strukturirane ček liste kojom će se beležiti ponašanja i aktivnosti vaspitača koje doprinose zdravom socio-emocionalnom odnosu i pravilnom razvoju ispitanika.

Na samom kraju ovog rada treba istaći i jednu preporuku koja se više tiče prakse, nego budućih istraživanja. U ovom istraživanju pokazalo se da su vaspitači pohađali relativno mali broj obuka, a što je takođe značajno napomenuti, još manji broj od tih obuka je u vezi sa emocionalnim razvojem dece i emocio-

[17] Suzić Nenad (2004): Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi sad, 173-191.

nalnim kompetencijama vaspitača. Neki ispitanici su neprecizno odgovarali na pitanja u vezi sa obukama, što ukazuje da ne znaju precizno koliko su, kada i kakvu vrstu obuka pohađali. Potencijalni uzrok tome može biti i neadekvatno vođenje portfolija o stručnim usavršavanjima. Preporuka vaspitačima je da se posvete ovom vidu vođenja evidencije, a na istraživačima ostaje da dalje pokušavaju da razvijaju i olakšavaju način vođenja te evidencije, kako bi ona bila u službi daljeg profesionalnog razvoja i usavršavanja vaspitača.

LITERATURA

Bratanić Marija, (1990), Mikro-pedagogija Interakcijsko- komunikacijski aspekt odgoja, Školska knjiga, Zagreb

Fonagi Peter, (2006), Šta je zajedničko psihoanalitičkoj teoriji i teoriji afektivnog vezivanja, *Afektivno vezivanje: eksperimentalni i klinički pristupi*, Centar za primenjenu psihologiju, Beograd.

Liddell Henry George, Scott Robert, *(1940), A Greek-English Lexicon*. revised and augmented throughout by. Sir Henry Stuart Jones. with the assistance of Roderick McKenzie, Clarendon Press, Oxford.

Mirić Jovan, Dimitrijević Aleksandar, (2006), *Afektivno vezivanje: eksperimentalni i klinički pristupi*, *Poreklo i priroda psihološke vezanosti,* Centar za primenjenu psihologiju, Beograd.

Petrović Jelica, Zotović Marija, (2007), Prihvaćenost u grupi vršnjaka i emocionalna kompetentnost dece predadolescentskog uzrasta, *Psihologija*, Vol. 40 (3), Društvo psihologa Srbije, Beograd, 431-445.

Rajović Vera, Radulović Lidija, (2007), Kako nastavnici opažaju svoje inicijalno obrazovanje: na koji način su sticali znanja i razvijali kompetencije. *Nastava i vaspitanje*, 51 (4), Pedagoško društvo Srbije, Beograd, 413–434.

Rot Nikola, Radonjić Slavoljub, (2002), *Psihologija za drugi razred gimnazije*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.

Suzić Nenad, (2004), Naša škola u odnosu na kompetencije za XXI vijek. *Pedagoška stvarnost,* 3-4, Savez pedagoških društava SAP Vojvodine, Novi Sad, 173-191.

Titchener Edward Bradford, (1909), *Lectures on the experimental psychology of the thought- processes,* The MacMillan Company, New York.

Šapiro Lorens, (1998), *Emocionalna inteligencija ili kako vaspitanjem dobiti dete sa visokim EQ*, Narodna knjiga, Beograd.

Prilog 1 - Aritmetička sredina, minimum, maksimum i standardna varijacija za sve varijable iz uzorka

	Broj	Min.	Maks.	AS	SD
Verujem u sebe i svoje mogućnosti u profesionalnom smislu	108	3.00	5.00	4.7315	.46577
U svakom trenutku znam tačno kako se osećam.	108	3.00	5.00	4.5093	.66270
R Dešava mi se da me situacije na poslu toliko uznemire da nekontrolisano plačem ili vičem.	107	1.00	5.00	3.9626	1.22031
Uspešno kontrolišem svoje emocije na poslu – umem da se suzdržim od besnih reakcija.	108	1.00	5.00	4.1944	.94184
Uvek se trudim da pružim podršku svojim vaspitanicima kada imaju emotivni problem.	108	3.00	5.00	4.6759	.50841
R Smatram da stalni zahtevi za promenama i prilagođavanjima, ometaju naš vaspitni rad.	105	1.00	5.00	2.5048	1.31649
Trudim se da svoj rad često inoviram i unapređujem.	107	3.00	5.00	4.4673	.57162
R Smatram da vaspitanike ne treba stalno podržavati ili im pomagati već ih treba pustiti da se sami nose sa svojim emocionalnim stanjima.	107	1.00	5.00	3.0841	1.21408
Volim da stičem nova znanja i da unapređujem svoj rad.	108	2.00	5.00	4.6389	.64791
R Smatram da su zahtevi za inovcijama u vaspitno-obrazovnom radu preterani i besmisleni.	106	1.00	5.00	3.1038	1.33758
R Nemam razumevanja za sva emocionalna stanja svojih vaspitanika.	107	1.00	5.00	4.2056	1.06167
R Smatram da su vaspitači pre 20/30 godina bolje vaspitavali decu i pobornik sam tradicionalnog načina rada.	107	1.00	5.00	2.8972	1.24336
Veoma mi je važno da očuvam „obraz“ svoje profesije.	108	3.00	5.00	4.6667	.54687
Uživam da pomažem svojim vaspitanicima.	105	2.00	5.00	4.5333	.68031
R Vaspitač treba da odradi sve svoje radne zadatke, ali ne treba da se previše vezuje za svoju profesiju.	108	1.00	5.00	2.8519	1.25165
Smatram da je vaspitačka profesija časna i plemenita.	108	3.00	5.00	4.8426	.41383
Lako mi je da prihvatim promene u radu.	106	1.00	5.00	3.7830	1.00480
Ne grešim u prepoznavanju emocija svojih vaspitanika.	107	1.00	5.00	3.9907	.74600
Imam jasan osećaj da uvek vladam sobom na poslu bez obzira na svoje trenutne emocije.	108	2.00	5.00	4.1944	.72934
Vaspitačka profesija zahteva fleksibilnost i stalno prilagođavanje novim uslovima rada.	108	2.00	5.00	4.4352	.71399

Znam šta su moje jake strane, a šta slabosti u profesionalnom smislu.	108	2.00	5.00	4.4074	.64180
R Ponekad me emocije veoma obuzmu i ne mogu jasno da procenim kako se osećam.	107	1.00	5.00	3.6449	1.28307
R Posao vaspitača je kao i svaki drugi.	106	1.00	5.00	4.1321	1.09610
Svestan/na sam da je celoživotno učenje i napredovanje neophodno u ovoj profesiji.	108	1.00	5.00	4.3611	.88030
R Ponekad me emocije jako obuzmu i teško mi je da se kontrolišem.	108	1.00	5.00	4.1204	1.09985
R Smatram da su već provereni načini vaspitno-obrazovnog rada najefikasniji i treba ih se držati.	108	1.00	5.00	2.6574	.96830
R Teško mi je da prihvatim svoje profesionalne nedostatke.	107	1.00	5.00	3.8224	1.10584
R Vaspitačka profesija nije ono što je nekada bila, mnoge stvari su se promenile na gore.	108	1.00	5.00	2.7500	1.44769
R Ne umem uvek da prepoznam trenutna osećanja mojih vaspitanika.	108	1.00	5.00	3.9815	1.14371
Saosećam se sa emocijama svojih vaspitanika.	108	1.00	5.00	4.3056	.80255
R Želim da uvek vladam situacijom u svom radu.	108	1.00	4.00	1.5000	.64851
Prihvatam sebe onakvim/om kakav/a jesam.	108	3.00	5.00	4.5463	.61726

Napomena: Slovo R ispred naziva varijable označava da je ta varijabla kasnije rekodovana, odnosno da je u inicijalnom upitniku imala negativno značenje.

Miloš N. Milojević

UDC 373.2.011.3-051
373.2.016

DOI: 10.5937/MegRev2201127M
Original scientific paper
Received 04.02.2022.
Approved 27.02.2022.

EMOTIONAL COMPETENCES OF TEACHERS IN PRESCHOOL FACILITIES

Abstract: *Preschool teachers have an important role in child development, considering that, in addition to parents, they are very influential persons who are in continuous contact with children, represent an authority and model children's behavior. Knowledge, skills, and abilities, but also character traits of the teacher (competence), are therefore very important, which is why this paper focuses on the competence of teachers in preschool facilities, with a special accent on their emotional competence, which, as the most important aspect, include recognizing emotions and impulse control in yourself and others. The goal of this research is to determine the development level of teachers' emotional competence. The research encompasses 108 teachers, and the questioning was done using an assessment scale which, using grades 1 to 5, assesses the level of agreement with claims devised based on the theory concept by Suzic (2004). The results of the research have shown that the younger teachers (by age and job experience) have scored higher on the instrument compared to older teachers, on almost all subscales (except recognizing your own and others' emotions as well as confidence). This data show that younger teachers assess their own emotional competencies as better developed compared to older teachers. Based on this data, certain recommendations were derived for further research and pedagogic practice.*

Keywords: *Emotional competence, Empathy, Preschool teachers, Preschool facilities*

Ljubomir Dulović*
Marijana Milunović**
Luka Zloporubović***

UDC 005.53:640.412(497.11)
005.336.3

DOI: 10.5937/MegRev2201145D
Original scientific paper
Received 20.03.21.
Approved 14.04.2021.

DECISION-MAKING MODEL FOR ASSESSING THE QUALITY OF SERVICES IN HOTELS

Abstract: *The aspiration to achieve comparative advantages in the tourism of the Republic of Serbia has increased the competitiveness of this branch.. Various measures in order to achieve the expected results are being undertaken. One of the measures is the decision of the Belgrade Chamber of Commerce on the development of criteria for evaluating the quality of services. Application of multi-criteria decision-making (Analytic hierarchy process (AHP) and Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution method (TOPSIS)) method and their computer support in making decisions for the given problem greatly simplifies and speeds up the process. The application program, created for the purpose of solving this problem simply provides solutions after entering the data. The aim of this work is to, by solving this problem, point to the necessity, assistance and importance of the scientific discipline of decision-making theory and decision-making support systems in everyday decision-making that are applied by individuals or groups, solving this problem.*

Keywords: *tourism, multi-criteria decision-making, AHP, TOPSIS, IKOR.*

* M.A., assistant Military Academy, University of Defence, Belgrade, Serbia; ljubomir.dulovic1@gmail.com

** PhD, Associate Professor, Faculty of Management, University „Union – Nikola Tesla“, Sremski Karlovci, Serbia; milunovic@famns.edu.rs

*** PhD, Budget Directorate Ministry of Defense, Belgrade, Serbia; lukazlopo1979 @gmail.com

1. Introduction

Tourism, although not an economic activity such as industry, transport, trade, can be considered one of the industries in the world whose further growth can be expected[1]. It represents an important export product, which is, among other things, employment generator and in a number of analysis one of the most dynamic phenomena that affect other economic sectors. Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia points to the fact that tourism is a little used source of economic growth in the Republic of Serbia[2], it was never a serious issue of development policy[3] and its potentials have not been valorized.

In order to improve competitiveness and achieve the expected results, various decisions are used in an attempt to overcome the existing problems. One of these decisions is the development of criteria for evaluating the quality of services provided by hotels in Belgrade. This is of great importance when it comes to standardization of services and specifying minimum conditions[4], which among other things provide better information and realistic expectations of consumers. Application of multi-criteria decision-making with its different methods and their IT support significantly facilitates and accelerates this process in making decisions for the given problem.

2. Measures for improvement of tourism in the city of Belgrade

Today, the Republic of Serbia has only comparative advantages in tourism[5], because it can offer different types of tourist destinations. Competitive advantages in tourism of the Republic of Serbia are conditioned by the political attitude towards tourism[6] as an important creator of national prosperity[7]. In order to overcome a number of shortcomings that prevent transforming comparative into competitive advantages, related to services of hotels and restaurants, the

1 Ognjanović Jasmina (2020): "Brend poslodavca i performanse radne snage u hotelskim preduzećima", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(2), str. 65-78.

2 Tasić Jelena (2018): "Budući trendovi i pravci razvoja ruralnog turizma u Srbiji i u svetu", *Oditor,* 4(3), str. 7-19

3 Milosavljević Stefan, Pantelejić, Đorđe & Međedović Damir (2019): "Primena i mogućnost unapređenja ekonomskih činilaca u realizaciji održivog razvoja", *Održivi razvoj*, 1(1), str. 7-16

4 Keler Andreas & Mazimpaka Jean Damascene (2016): "Safety-aware routing for motorised tourists based on open data and VGI", *Journal of Location Based Services*, 10(1), pp. 64–77

5 Savić Bojan, Milojević Ivan & Petrović Vesna (2019): „Cost optimization in agribusiness based on life cycle costing", *Ekonomika poljoprivrede*, 66(3), pp. 823-834

6 Milićević Snažana & Trišić Igor (2019): "Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama", *Megatrend revija*, 16(2), str. 21-38

7 Vukolić Dragan (2020): "Gastronomski proizvodi u funkciji razvoja različitih oblika turizma u Sremskom okrugu", *Održivi razvoj*, 2(2), str. 41-54

Belgrade Chamber of Commerce has developed criteria for assessing the quality of hotel services. This internal standard was adopted by the decision of the Board of Directors of the Belgrade Chamber of Commerce, No. 01-8/41 of 26 September 2003. The aim of the adoption of this internal standard is to define criteria for assessing the quality of services provided by hotels in Belgrade[8]. These criteria would be used by the assessors of the Belgrade Chamber of Commerce in the assessment of the quality of services provided by hotels in Belgrade. The hotel being evaluated must meet the conditions of internal standards listed below.

Based on the Report submitted by the hotel in accordance with the Rules, the fulfillment of conditions is assessed by:

a) The Chamber related association, which the hotel by its activities belongs to, by checking compliance with the following conditions:
   - positive business;
   - average capacity utilization in the past and/or current year of more than 60%;
   - normal inspection findings;
   - no negative reviews received from the Consumers Association and other organizations;
   - environment and health protection.
b) The Centre for Business Education and Quality Improvement – the Chamber Sector for Business Education by checking the training of hotel staff in the field of:
   - business communication;
   - personal style and image;
   - hygiene and conditions for the production of safe food;
   - marketing and
   - other areas.

3. Research instruments and methods

The definition of one of the pioneers of management Henry Fayol is a wider used definition and a guide mark for its further definition and explanation management: Management is the process of forecasting, organization, command, coordination and control. It is a process or function most important for each company, including enterprise management business. Basic management functions can be seen in the schematic view, which is the most understandable assessment of their settings.

[8] Vujić, Milan, Đorđević Snežana & Lakićević Marija (2019): "Service quality and customer satisfaction in the hotel industry in Serbia", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu – Hotel and Tourism Management,* 7(1), pp. 61–70

Decision-making is seen as an integral part of any management function[9] and a factor of cohesion between these functions, whose work is a result of management decision.

3.1. Decision-making

Any decision as a choice of one, from a set of possible alternatives (actions), whereby in the set there must be at least two alternatives implies the existence of a decision-maker (everyone who works in the business environment, bearing the full responsibility for a certain section). It is the entity authorized and responsible for solving the decision-making problem (problem situation) and making a decision. The decision-making problem can be seen as an event that has consequences that create the problem or problem situation, which adversely affect the achievement of the goals set. Within the resulting problem situation, there may be one or more decision problems to be solved. The decision is made for each decision-making problem. The attention is focused on three aspects[10], as follows: 1) decision-making process, 2) decision-maker, and 3) decision itself. The decision maker has several alternatives, so his choice involves comparing these alternatives and an analysis of their consequences. The decision may involve a moment in one ongoing process of analysis of alternatives that is implemented in order to achieve a certain goal, where a decision-maker needs to choose an action that probably leads to achieving the set goal.

Decision-making analysis as "a formalized process of increasing human understanding and management in terms of a given environment"[11] is a relatively new field in the theory of decision-making. It is a philosophy that allows a systematic and formal approach to the issue of decision-making, and at the same time provides a practical approach to the problem by using the necessary concepts. However, decision-making theory cannot fully replace the intuitive thinking of each individual. Decision-making theory should help the decision- maker's judgment is as successful as possible. The basis of the decision-making process[12] consists of several stages that need to be defined. Firstly, you need to define a system or problem and its parameters. The second step is to determine decision-making criteria or objectives to be achieved (the most significant step). The third step is to formulate a relationship between the parameters and the criteria i.e. model.

[9] Mariani Marcello, Baggio Robert, Fuchs Mathias & Höepken Wolfram (2018): "Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review", *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 30(12), pp. 3514–3554

[10] Harrison E. Frank (1987): *Managerial Decision-making Process (Third Edition),* Boston, USA: Houghton Mifflin Company

[11] Lee M. Sang, Moore J. Laurence (1975): *Introduction to Decision Science*, New York, USA: Petrucelli

[12] Rowe J. Alan, Mason O. Richard (1987): *Managing With Style: A Guide to Understanding and Improving Decision-making,* San Francisco, USA: Jossey- Bass

The fourth step is to generate the alternatives or actions that are available to the decision-maker as a choice when making a decision, by changing the parameter values. As a final stage, there is a choice of action that best meets the set criteria. Although the authors variously define the number and scope of the stages, common key words link the process. The main problem is the failure to recognize the real problem, as a result of the subjective factor, i.e. the man himself.

3.2. Multiple-criteria Decision-making

Real needs to solve problems with more criteria functions open a new chapter of mathematical programming called multiple-criteria programming. "All classical optimization methods use only one criterion in decision-making or solving a problem, which drastically reduces the reality of the problems that can be solved"[13]. On the other hand, the presence of a number of criteria in decision-making models also has negative characteristics. The models become considerably more complex in the mathematical sense, and there is a danger that the solution to the problem includes only some of the set criteria[14]. Therefore, the real problems were resolved on a case-by-case basis, and only later, the developed methods were formalized and launched as methods of solving problems for individual categories of problems. The range of problems for multiple-criteria decision-making is wide, but all these problems have some common elements:

- numerous criteria (objective function, criteria function), or decision-making attributes, created by the decision-maker;
- conflict between the criteria, as the most common case in real problems;
- incomparable units of measurement for different criteria;
- a number of alternatives (solutions) for selection and
- the process of selecting a final solution, it could be designing the best action (alternative) or a selection of the best action from a set of pre-defined final actions.

3.3. AHP – Analytic Hierarchy Process

There are numerous methods for solving multi-criteria decision-making models that can be classified based on several criteria. The most acceptable nowadays are as follows:

- method ELECTRE;
- method PROMETHEE;

[13] Stankova Michaela & Hampel David (2018): "Bankruptcy prediction of engineering companies in the EU using classification methods", *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis,* 66(5), pp. 1347-1356

[14] Stanojević Slobodan, Đorđević Nenad., & Volf Dejan (2017): "Primena kvantitativnih metoda u predviđanju poslovanja privrednih društava", *Oditor,* 3(1), str. 92-101.

– method AHP (analytic hierarchy process);
– method TOPSIS;
– method SAW and others.

AHP method[15] is one of the most popular and commonly used decision-making methods when the decision is based on several attributes used as criteria. That is, this method can find solutions of multiple attribute decision- making, i.e. the solution to the problem of choice of the best alternative from a set of available alternatives. It is based on the principle of decision-making, human knowledge and information that decision-makers have in the decision-making process[16]. It is used for finding a solution to a wide range of management issues, ranging from very simple to very complex. The problems the decision-makers are faced with and requirements of the environment (situation) for rapid reaction are elements that cannot be reconciled without IT support to the decision-making process. In this paper, the decision is related to the choice of some of the available alternatives (offers) or their ranking.

In solving the problem, three components can be identified. These are: 1) the decomposition of the system, 2) comparative evaluation and 3) synthesis of priorities. The decomposition of the system means to make a hierarchical structure, with the basic elements of the system, namely: objective (goal), criteria (sub-criteria) and alternatives. The second component is a mathematical model, used to calculate the priorities in the weight of elements that are at the same level of hierarchical structure. The mathematical model is the basis for the generation of a rating scale. The third component of the model means that the obtained local priorities of criteria, sub-criteria and alternatives are synthesized in the overall priorities of the alternatives. At the beginning of this method, it is necessary to define the hierarchical model and its elements, with the objective (goal) at the top, the criteria and sub-criteria at the next levels, and finally, the alternatives at the last level.

3.4. TOPSIS method (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)

TOPSIS method is based on the concept that the selected alternative should have the shortest distance from the positive ideal solution and the longest distance from the negative ideal solution, whose values have to be pre-determined. The optimum alternative is the one that has the shortest geometric distance from the positive ideal solution and the longest geometric distance from the negative ideal solution.

[15] Saaty Thomas (1980): *The Analytic Hierarchy Process*, New York, USA: McGraw-Hill

[16] Teimouri Hadi, Hoojaghan Farnaz Afshar, Jenab Kouroush & Khoury Sam (2016): "The effect of managers' business intelligence on attracting foreign tourists case study", *International Journal of Organizational and Collective Intelligence (IJOCI),* 6(2), pp. 1–11

A method of calculating TOPSIS method consists of 6 steps, as follows:
Step 1. Normalizing decision-making matrix;
Step 2. Multiplying normalized matrix by weight coefficients;
Step 3. Determining ideal solutions;
Step 4. Determining distance of alternatives from ideal solutions;
Step 5. Determining relative proximity of alternatives from ideal solution
Step 6. Ranking alternatives.

The ideal solution is defined by top rating values of alternatives for each criterion; conversely, the negative ideal solution has the worst rating values of alternatives.

The benefits of using TOPSIS method are:
- The user can express their preferences through assigning weight coefficients to criteria (through determining relative weight of criteria);
- Easy to use;
- Clearly defined alternative rankings.

Disadvantages of using TOPSIS method are:
- The solution depends directly on the input values (evaluating alternatives by criteria);
- The criteria are linear.

3.5. IKOR method (Iterative Compromise Ranking)

The basic idea of IKOR method[17] is that after the normalization relative to the minimum and maximum element of the criteria is performed, a compromise between the minimax strategy and the strategy of expected value is set. The method is iterative in the sense that the decision-maker iteratively takes part in the search for a solution that is the result of a compromise. The decision-maker defines the extent of attaching importance to one or the other strategy. In IKOR method, the compromise is established between 1. Strategy of maximum group benefit (it is the expected value) and 2. MINIMAX strategy (the alternative that has the least bad feature is selected). Ranking alternatives is done through the total order of the alternatives, which is obtained as a result of a compromise.

The characteristics of these methods are shown only to the extent necessary for understanding of their application in decision-making concerning the choice of some of the available alternatives (offers) or their ranking.

[17] Opricović Serafim (1992): *Optimizacija sistema,* Beograd, R. Srbija Gradjevinski fakultet, Beograd

3.6. Decision-making support systems

In decision-making process, people have always needed some support. Today, it cannot be imagined without information technologies and systems. Decision-making support is necessary for at least three reasons: in almost all decision-making situations there is a large amount of data that needs to be processed and to do this a proportional amount of time is required[18]; the time for decision-making is always limited, i.e. there is a time period in which it is necessary to make a decision. As a rule, this period is always less than the period needed to process all the data available; there is a need of a decision-maker to make the right decision; in addition to the fact that successful decisions raise the decision-maker's reputation, they also affect the quality of functioning of the whole organization[19]. At the present time, the decision-making support is commonly referred to as business intelligence, and can be defined as a set of information technologies, organizational rules as well as the knowledge and skills of employees in the organization, united in generating, recording, integration and analysis of data with the aim to reach the necessary knowledge for decision-making. Decision Support Systems (DSS) are information systems, which are similar and complementary to standard information systems and aim to support mainly decision-making business processes[20].

The problems to be solved from the standpoint of decision-making can be structured, semi-structured and unstructured. When the problem is structured, it can be relatively easy to define, while it is significantly harder for the remaining two cases. Transferring decision-making problems from unstructured into the structured ones is one of the most important tasks of decision support and led to the emergence of Decision Support Systems (DSS) as the first tool that can tackle unstructured problems[21].

4. Results and Discussion

The quality assessment of hotel services in Belgrade based on the criteria established by internal standard and developing the appropriate decision support system is a problem that will be solved in the paper using the combination of AHP and TOPSIS methods. Problem solving is based on the principle

[18] Milunović K. Sandra & Filipović Jovan (2018): "Application of traditional and fuzzy quality function deployment in the product development process", *Engineering Management Journal*, *30*(2), pp. 98-107

[19] Nyanga Christopher, Pansiri Jaloni & Chatibura Delly (2019) : "Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: A literature review", *Journal of Tourism Futures*, *6*(2), pp. 139–151

[20] Milojević Ivan, Mihajlović Milan, Popović Milica, & Pantić Nemanja (2020): "Application of quantitative models in the organization of the financial function of agricultural enterprises", *Ekonomika poljoprivrede*, 67(3), pp.747-762

[21] Suknović Milija & Delibašić Boris (2010): *Business intelligence and decision support systems*, Belgrade, R. Serbia: Faculty of Organizational Sciences

of decision-making, human knowledge and information that decision-makers have in the decision-making process[22]. It can be used for finding a solution to a wide range of management issues, ranging from very simple to very complex. The problems the decision-makers are faced with and requirements of the environment (situation) for rapid reaction are elements that cannot be reconciled without IT support to the decision-making process (www.odlucivanje.fon.rs). The advantage of all multiple-criteria decision-making methods is software support. Problem solving will be carried out using a combination of AHP and TOPSIS methods, whose implementation will lead to the optimal solution, facilitate decision-making and ensure the scientific basis of the overall decision-making process. Checking the results obtained shall be done using IKOR method.

The criteria for the evaluation of alternatives in this case are:

K_1 Positive business. It is determined on the basis of balance sheet and income statement. The balance sheet shows assets, liabilities and equity at a specific time (usually at the end of the year or half a year) and is a picture of the financial situation of the company at a specific time. The income statement shows the revenues and expenses of a company for a specified period, usually for one year or half a year and describes the profitability of the company over time.

K_2 Average capacity utilization in the past and/or current year of more than 60%. In tourism, capacity relating to catering facilities is the ability of a catering business unit to achieve a certain effect per unit of time, expressed in the appropriate trade (supply and delivery) of catering products and services. Accommodation capacities are expressed in the number of beds and rooms. Capacity utilization of a catering business unit is defined as the relationship between the achieved and possible effects in a given time period and is expressed as a percentage. Let us say that a hotel has 200 beds, works throughout the year, and that for the year had 55,000 overnight stays. Its maximum capacity or maximum capacity utilization would be 200 beds x 365 days = 73,000 overnight stays (100%). However, capacity utilization level of this hotel for the year is 75% (55,000 overnight stays), and is obtained by the formula:

Capacity utilization level = the achieved number of overnight stays / possible number of overnight stays x 100.

K_3 Normal inspection findings (including environment and health protection). Hotels are subject to the following republic inspections:
Market Inspection.
Republic Market Inspection is responsible for:
– Supervision of trade in goods and services;

[22] Höpken Wolfram & Fuchs Matthias (2016): "Introduction: Special issue on business intelligence and big data in the travel and tourism domain", *InfTechnol Tourism*, 16, pp. 1–4

- Quality control of industrial non-food products;
- Consumer protection supervision;
- Control of criteria and units of measurement;
- Control of the use of trademarks and service marks, quality signs and origin labels;
- Market supply and price controls;
- Prevention of unfair competition;
- Defining the conditions for carrying out economic activities.

Tourist Inspection:

Republic Tourist Inspection is responsible for:

- Supervision of catering activities;
- Control and categorization of catering facilities;
- Supervision of travel agencies;
- Service delivery supervision in tourism.

Sanitary Inspection:

Republic Sanitary Inspection is responsible for:

- Health and sanitary control in the field of protection of population from infectious diseases, food and consumer product safety, trade and import, the public supply of drinking water;
- Control of sanitary and hygienic condition of the buildings, plants, machinery, equipment, furniture and accessories used for carrying out activities under sanitary supervision;
- Sanitary supervision of persons who are legally placed under health and sanitary control, as well as control of persons and their belongings in international traffic;
- Determining sanitary-hygienic and health conditions of facilities under sanitary supervision in the construction and reconstruction procedures.

Labor Inspection:

Republic Labor Inspection is responsible for:

- Control of implementation of regulations in the field of the Labor Law;
- Control of implementation of the Law and other legislative acts in the field of health and safety at work (occupational safety and health).

Inspection for Environmental Protection:

Republic Inspection for Environmental Protection is responsible for:

- Protection of air, water, land and protection from noise and vibration of the facilities whose business licence is issued by the competent ministry;
- Control and categorization of catering facilities;
- Protection from ionizing and non-ionizing radiation, the handling of hazardous materials and ozone-depleting substances;
- Protection and use of natural resources (fish, basic geological research, and for groundwater detailed investigations, as well), protected natural resources, trade and use of protected wild fauna and flora;

– Control of transboundary movement (import, export and transit) of poisons, hazardous wastes and their disposal, ozone-depleting substances, sources of ionizing radiation and protected plant and animal species, radiation control.

Veterinary Inspection:

– Veterinary control and supervision of animal source foods is carried by the Department of food safety and quality control of products, raw materials and animal wastes.

Tax Administration Inspection:

– Control and supervision of collecting public revenues is carried out by the tax police.

K_4 No negative reviews received from the Consumers Association and other organizations. Consumer protection is a constitutional category, which clearly shows the commitment of the state to conduct an active policy of consumer protection and the construction of the legal system in this area, which corresponds to a modern democratic society. The basic principles of the association are to protect the interests of consumers, the protection of legal goods and services, and therefore quality.

The first sub-system of the decision support system is a database, which in our case includes the data collected and shown in Table 1.

Table 1 : *Decision matrix (data base)*

	Criteria			
Alternatives	K_1	K_2	K_3	K_4
Hotel 1	800 000	60%	FO	-
Hotel 2	1 000 000	80%	-	-
Hotel 3	1 100 000	55%	FO	C (1 user)
Hotel 4	900 000	70%	LI	-

Source: Author's research.

FO-financial offense; LI-violation within the jurisdiction of the labor inspection; C-complaints

Table 2: *Quantified input data*

	Criteria			
Alternatives	K_1	K_2	K_3	K_4
Hotel 1	800 000	60%	3	9
Hotel 2	1 000 000	80%	9	9
Hotel 3	1 100 000	55%	3	7
Hotel 4	900 000	70%	7	9

Source: Author's research.

To determine the relative weights of the criteria, or their relevance, AHP method will be used. To assess the relative weights of the criteria, the Saaty rating scale will be used.

Table 3: *Assessment of the relative weights of criteria*

	K_1	K_2	K_3	K_4
K_1	1	2	5	7
K_2	0,5	1	3	5
K_3	0,2	0,3333	1	3
K_4	0,1428	0,2	0,3333	1
Σ	1,8428	3,5333	9,3333	16,0000

Source: Author's research.

Table 4: *Calculating eigenvector of the corresponding eigenvalues*

	K_1	K_2	K_3	K_4	Σ	W(Σ/4)
K_1	0,5427	0,5660	0,5357	0,4375	2,0819	0,5205
K_2	0,2713	0,2830	0,3214	0,3125	1,1883	0,2971
K_3	0,1085	0,0943	0,1071	0,1875	0,4975	0,1244
K_4	0,0775	0,0566	0,0357	0,0625	0,2323	0,0581

Source: Author's research.

TOPSIS method will applied in the second part of the model to find the optimal solution to the observed problem.

Table 5: *Decision matrix that should be normalized*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	w_1=0,5	w_2=0,3	w_3=0,1	w_4=0,1
Hotel 1	8,000	60,000	3,000	9,000
Hotel 2	10,000	80,000	9,000	9,000
Hotel 3	11,000	55,000	3,000	7,000
Hotel 4	9,000	70,000	7,000	9,000

Source: Author's research.

Table 6: *Normalized decision matrix*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	**w_1=0,5**	**w_2=0,3**	**w_3=0,1**	**w_4=0,1**
Hotel 1	0,4181667	0,4481482	0,246598	0,526685
Hotel 2	0,52270837	0,5975309	0,739795	0,526685
Hotel 3	0,57497921	0,4108025	0,246598	0,409644
Hotel 4	0,47043754	0,5228396	0,575396	0,526685

Source: Author's research.

Table 7: *Multiplication of the normalized matrix values with the criteria weighting coefficients*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	0,5	0,3	0,1	0,1
Hotel 1	0,209	0,134	0,025	0,053
Hotel 2	0,261	0,179	0,074	0,053
Hotel 3	0,287	0,123	0,025	0,041
Hotel 4	0,235	0,157	0,058	0,053

Source: Author's research.

It follows that:

Ideal solution is: A* = {0.287, 0.179, 0.074, 0.053}
Negative ideal solution is: A- = {0.209, 0.123, 0.025, 0.041}

If S_i^* and S_i^- denote the distance from the ideal solutions we get the results shown in Table 8.

Table 8: *Determining distance of alternatives from ideal solutions*

	Distance from ideal solution	
Alternatives	S_i^*	S_i^-
Hotel 1	0,102899668	0,01620214
Hotel 2	0,026135419	0,09186803
Hotel 3	0,075547959	0,07840626
Hotel 4	0,059199685	0,05505302

Source: Author's research.

The next phase is to determine the relative proximity of alternatives to the ideal solution by using the following formula:

$$Q_i^* = S_i^- / S_i^* + S_i^-, \; i = 1, \ldots n$$

Based on the solutions obtained, alternative ranking can be performed:

Table 9: *Alternative ranking*

Alternatives	**Relative proximity**	**Ranking**
Hotel 1	0,136036048	4
Hotel 2	0,778519869	1
Hotel 3	0,509282946	2
Hotel 4	0,481853081	3

Source: Author's research.

Based on the conducted TOPSIS method, a solution obtained is that the best quality of service in terms of the criteria established by the internal standard is in the hotel number 2, which achieved the highest ranking of all the alternatives.

By applying IKOR method, we will check the results obtained:

Table 10: *Decision table that should be normalized*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	**w_1=0,5**	**w_2=0,3**	**w_3=0,1**	**w_4=0,1**
Hotel 1	8,000	60,000	3,000	9,000
Hotel 2	10,000	80,000	9,000	9,000
Hotel 3	11,000	55,000	3,000	7,000
Hotel 4	9,000	70,000	7,000	9,000

Source: Author's research.

Table 11: *Normalized decision table*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	**w_1=0,5**	**w_2=0,3**	**w_3=0,1**	**w_4=0,1**
Hotel 1	1	0,8	1	0
Hotel 2	0,333	0	0	0
Hotel 3	0	1	1	1
Hotel 4	0,67	0,4	0,333	0

Source: Author's research.

Table 12: *Multiplication of decision table weights*

Criteria	K_1	K_2	K_3	K_4
Alternatives	**w_1=0,5**	**w_2=0,3**	**w_3=0,1**	**w_4=0,1**
Hotel 1	0,5	0,24	0,1	0
Hotel 2	0,1665	0	0	0
Hotel 3	0	0,3	0,1	0,1
Hotel 4	0,335	0,12	0,0333	0

Source: Author's research.

Table 13: *Calculating utility and minmax strategy*

	utility	**minmax**
Alternatives	**w_1=0,5**	**w_2=0,5**
Hotel 1	0,84	0,5
Hotel 2	0,1665	0,1665
Hotel 3	0,5	0,3
Hotel 4	0,4883	0,335

Source: Author's research.

Table 14: *Calculating compromise and, on the basis of the obtained solutions, alternative ranking can be performed*

Alternatives	Compromise	Ranking
Hotel 1	0,67	4
Hotel 2	0,166	1
Hotel 3	0,4	2
Hotel 4	0,41	3

Source: Author's research.

Based on the conducted IKOR method, a solution obtained is that the best quality of service in terms of the criteria established by the internal standard is in the hotel number 2, which achieved the highest ranking of all the alternatives.

5. Conclusion

For a quality decision that is the result of the best possible solution at the given time, it is necessary to take into account all the available real data, process them through acceptance of the principles of science and profession, and to perform evaluation. Today's conditions include making decisions in situations where there is a large variety of often mutually conflicting criteria. Methods for multiple decision-making are imposed as a perfect decision-making tool. The necessity of making decisions faster than the others has made the concept of business intelligence an essential tool for managers in making business decisions.

This paper presents a model of multiple-criteria decision-making using AHP and TOPSIS methods and decision support system applied to the case of evaluation of the quality of services provided by hotels in Belgrade, based on the criteria established by the internal standard. The aim was to show the practical application of some of the methods for multiple-criteria decision-making and decision support systems in making important decisions. We have chosen a combination of AHP and TOPSIS methods for multiple-criteria decision-making and the program created in Excel, by which we formed a multiple-criteria decision analysis model for the assessment of the quality of services provided by hotels in Belgrade. Four hotels were selected as alternatives. Multiple-criteria decision analysis in this case undoubtedly offered a solution to the problem based on the real data. The model provides a number of options, and alternatives can be compared by one criterion or several criteria, depending on the preferences of a decision-maker. In addition, the hotels can use the model for comparison with the competition, as well as in order to identify their own weaknesses that need to be eliminated to attract users.

Literature

1. Harrison E. Frank (1987): *Managerial Decision-making Process (Third Edition),* Boston, USA: Houghton Mifflin Company
2. Höpken Wolfram & Fuchs Matthias (2016): "Introduction: Special issue on business intelligence and big data in the travel and tourism domain", *Inf-Technol Tourism*, 16, pp. 1–4 https://doi.org/10.1007/s40558-016-0054-3
3. Keler Andreas & Mazimpaka Jean Damascene (2016): "Safety-aware routing for motorised tourists based on open data and VGI", *Journal of Location Based Services,* 10(1), pp. 64–77 https://doi.org/10.1080/17489725.2016.1170216
4. Lee M. Sang, Moore J. Laurence (1975): *Introduction to Decision Science*, New York, USA: Petrucelli https://www.datasciencetech.institute
5. Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höepken, W. (2018). Business intelligence and big Mariani Marcello, Baggio Robert, Fuchs Mathias & Höepken Wolfram (2018): "Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(12), pp. 3514–3554 https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2017-0461
6. Milojević Milojević Ivan, Mihajlović Milan, Popović Milica, & Pantić Nemanja (2020): "Application of quantitative models in the organization of the financial function of agricultural enterprises", *Ekonomika poljoprivrede,* 67(3), pp.747-762 https://doi.org/ 10.5937/ekoPolj2003747M
7. Milosavljević Stefan, Pantelejić, Đorđe & Međedović Damir (2019): "Primena i mogućnost unapređenja ekonomskih činilaca u realizaciji održivog razvoja", *Održivi razvoj*, 1(1), str. 7-16 https://doi.org/ 10.5937/OdrRaz1901007M
8. Milunović K. Sandra & Filipović Jovan (2018): "Application of traditional and fuzzy quality function deployment in the product development process", *Engineering Management Journal,* 30(2), pp. 98-107 https://doi.org/10.1080/10429247.2018.1438027
9. Milićević Snažana & Trišić Igor (2019): "Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama", *Megatrend revija,* 16(2), str. 21-38
10. Nyanga Christopher, Pansiri Jaloni & Chatibura Delly (2019) : "Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: A literature review", *Journal of Tourism Futures,* 6(2), pp. 139–151. https://doi.org/10.1108/JTF-11-2018-0069
11. Ognjanović Jasmina (2020): „Brend poslodavca i performanse radne snage u hotelskim preduzećima", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*, 8(2), str. 65-78.https://doi.org/ 10.5937/menhottur2002065O
12. Opricović Serafim (1992): *Optimizacija sistema,* Beograd, R. Srbija Gradjevinski fakultet, Beograd

13. Rowe J. Alan, Mason O. Richard (1987): *Managing With Style: A Guide to Understanding and Improving Decision-making,* San Francisco, USA: Jossey-Bass.
14. Saaty Thomas (1980): *The Analytic Hierarchy Process*, New York, USA: McGraw-Hill.
15. Savić Bojan, Milojević Ivan & Petrović Vesna (2019): „Cost optimization in agribusiness based on life cycle costing", *Ekonomika poljoprivrede*, 66(3), pp. 823-834 https://doi.org/ 10.5937/ekoPolj1903823S
16. Stankova Michaela & Hampel David (2018): "Bankruptcy prediction of engineering companies in the EU using classification methods", *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis,* 66(5), pp. 1347-1356 https://doi.org/10.11118/actaun201866051347
17. Stanojević Slobodan, Đorđević Nenad., & Volf Dejan (2017): "Primena kvantitativnih metoda u predviđanju poslovanja privrednih društava", *Oditor,* 3(1), str. 92-101.https://doi.org/ 10.5937/Oditor1701092S
18. Suknović Milija & Delibašić Boris (2010): *Business intelligence and decision support systems*, Belgrade, R. Serbia: Faculty of Organizational Sciences.
19. Tasić Jelena (2018): „Budući trendovi i pravci razvoja ruralnog turizma u Srbiji i u svetu", *Oditor,* 4(3), str. 7-19. https://doi.org/ 10.5937/Oditor1803007T
20. Teimouri Hadi, Hoojaghan Farnaz Afshar, Jenab Kouroush & Khoury Sam (2016): "The effect of managers' business intelligence on attracting foreign tourists case study", *International Journal of Organizational and Collective Intelligence (IJOCI),* 6(2), pp. 1–11 https://doi.org/10.4018/IJOCI.2016040101
21. Vujić, Milan, Đorđević Snežana & Lakićević Marija (2019): "Service quality and customer satisfaction in the hotel industry in Serbia", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu – Hotel and Tourism Management,* 7(1), pp. 61–70 https://doi.org/10.5937/menhottur1901061V
22. Vukolić Dragan (2020): "Gastronomski proizvodi u funkciji razvoja različitih oblika turizma u Sremskom okrugu", *Održivi razvoj*, 2(2), str. 41-54. https://doi.org/ 10.5937/OdrRaz2002041V

Ljubomir Dulović
Marijana Milunović
Luka Zloporubović

UDK 005.53:640.412(497.11)
005.336.3

DOI: 10.5937/MegRev2201145D
Originalni naučni rad
Primljen 20.03.21.
Odobren14.04.2021.

MODEL ODLUČIVANJA PRI OCENI KVALITETA USLUGA U HOTELIJERSTVU

Sažetak: *Težnja za ostvarivanjem komparativnih prednosti u turizmu Republike Srbije povećala je konkurentnost ove grane. Preduzimaju se različite mere u cilju dostizanja očekivanih rezultata. Jedna od mera je i odluka Privedne komore Beograda o izradi kriterijuma za ocenu kvaliteta usluge. Primena višekriteriumskog odlučivanja (analitičko hijerarhijski proces (AHP) i TOPSIS metoda) i njihova informatička podržanost u donošenju odluka za posmatrani problem, znatno olakšava i ubrzava ovaj proces. Primena programa, izrađenog za potrebe rešavanja ovog problema jednostavno daje rešenja nakon unošenja podataka. Cilj ovog rada je da se rešavanjem ovog problema, ukaže na nužnost, pomoć i značaj naučne discipline teorije odlučivanja i sistema za podršku odlučivanju, u svakodnevnom donošenju odluka koje primenjuju pojedinci ili grupe, rešavanjem ovog problema.*

Ključne reči: *turizam, višekriterijumsko odlučivanje, AHP, TOPSIS, IKOR.*

Đina Ivanović*
Marija Antonijević**

UDC 005.332.1-055.2
005.336.5:004

DOI: 10.5937/MegRev2201163I
Original scientific paper
Received 14.09.2021.
Approved 03.02.2022.

DIGITAL COMPETENCES PERFORMANCE OF SERBIAN FEMALE ENTREPRENEURS

Abstract: *This paper aims to examine Serbian female entrepreneurs' performance related to digital competences based on real-life scenario questions. The research was conducted on a sample of 114 female entrepreneurs. The method used for collecting data was an online survey (Google form). The survey questions were based on Digital Competence Framework (DigComp) focusing on the first two areas, "Information and data literacy" and "Communication and collaboration". The results showed that the female entrepreneurs in Serbia achieved better performance (i.e., answered the questions correctly) in the area "Information and data literacy" especially in the segment "Browsing, searching, and filtering data, information and digital content". On the other side, lower performance of Serbian female entrepreneurs was achieved in the area "Communication and collaboration", where nine questions from thirteen were not answered correctly. Segments "Engaging in citizenship through digital technologies", "Collaborating through digital technologies" and "Netiquette" were identified as the most problematic because there was no correct answer. The authors can conclude that skills incorporated in the segments of the second area need to be improved and boosted to be in line with market demands.*

Key words: *digital competences, performance, female entrepreneurs, DigComp, Serbia*

* Ma, Research Assistant, Institute of Economic Sciences, Belgrade, Serbia; djina.ivanovic@ien.bg.ac.rs

** Ma, Research trainee, Institute of Economic Sciences, Belgrade, Serbia; marija.antonijevic@ien.bg.ac.rs

1. Introduction

As the world is going digital due to structural changes: jobs are also transforming to digital[1]. According to United Nations (2018) over 90% of jobs worldwide have a digital component.[2] That information has led digital competences to be listed as one of the crucial 21st century competences for the world's development (economic, social, etc.) and one of the eight lifelong learning[3] competences. The digital competences is a term used to explain the ability to use information technology in a specific context[4]. As the authors Ivanović and Simović[5] noted, the changes that are constantly happening in the world will influence that every person need to possess a wide range of skills and competences. Also, individuals will have to continuously develop them throughout life. During the time, there is ambiguity about defining differences between skills and competences. Those terms were explained by Beckett (2018)[6]:

- Skills can be defined as specific learning activities
- Competences identify the observable behaviors that successful performers demonstrate on the job

The easier way for understanding is given by the following formula:

Skills + Knowledge + Abilities = Competences[7]

In recent years, the term of digital competences got plenty of synonyms as information communication technology (ICT) skills, technology skills, information technology skills, 21st-century skills, information literacy, digital liter-

1 OECD. (2018): "Gender Equality".
Available at https://www.oecd.org/gender/data/women-in-the-digital-era-internet-use-and-skills-at-work.htm (23.08.2021.)

2 UNICEF. (2021): "What we know about the gender digital divide for girls: A literature review". Available at https://www.unicef.org/eap/reports/innovation-and-technology-gender-equality-0 (24.08.2021.)

3 European Parliament and of the Council. (2006): "Recommendation of the European Parliament and of the Council": Official Journal of the European Union.
Available at https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006H0962 (02.08.2021.)

4 Rizza, Caroline. (2014): "Digital Competences", *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. 1614-1619.

5 Ivanović, Đina, Simović, Vladimir. (2020): "Digcomp okvir-Metodološki okvir za merenje digitalnih kompetencija". *Trendovi u poslovanju*. 1/2020. 83-92

6 Beckett, Sarah. (2018): "What's the difference between skills and competencies?" Human Resource Systems Group. Available at https://resources.hrsg.ca/blog/what-s-the-difference-between-skills-and-competencies#skills (09.08.2021.)

7 Ibid

acy, and digital skills[8]. Given the need for digital skills, European Commission created Digital Competence Framework (DigComp), a reference framework for measuring digital competences. The aim of measuring digital competences levels is to give feedback for improving and boosting individuals' digital competences. The importance of digital competences has also been pointed out by the EU Science hub[9] considering following statement posted on their website: "Digital Competence Framework can help with self-evaluation, setting learning goals, identifying training opportunities and facilitating job search".

According to the authors Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017)[10] the DigComp framework is combined from five competence areas (explanation):

- "Information and data literacy (to articulate information needs, to locate and retrieve digital data, information and content; to judge the relevance of the source and its content; to store, manage, and organize digital data, information and content);
- Communication and collaboration (To interact, communicate and collaborate through digital technologies while being aware of cultural and generational diversity; to participate in society through public and private digital services and participatory citizenship; to manage one's digital identity and reputation);
- Digital content creation (To create and edit digital content, to improve and integrate information and content into an existing body of knowledge while understanding how copyright and licenses are to be applied; to know how to give understandable instructions for a computer system);
- Safety (to protect devices, content, personal data and privacy in digital environments; to protect physical and psychological health, and to be aware of digital technologies for social well-being and social inclusion; to be aware of the environmental impact of digital technologies and their use);
- Problem-solving (to identify needs and problems and to resolve conceptual problems and problem situations in digital environments; to use digital tools to innovate processes and products; to keep up-to-date with the digital evolution)".

In this paper, the DigComp framework, which was the start point for the survey of the project "Digital Competences Development System (DCDS)[11]" was also used as the base for this paper' survey.

[8] Ilomäki Liisa, Kantosalo Anna, Lakkala, Minna: "What is digital competence?" In Linked portal. Available at http://linked.eun.org/web/guest/in-depth3 (02.08.2021)

[9] "DigComp - Being digitally competent – a task for the 21st-century citizen", EU Science Hub - European Commission. Available at https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp (02.08.2021.)

[10] Carretero, Stephanie, Vuorikari, Riina, Punie, Yves. (2017): "The digital competence framework for citizens". Publications Office of the European Union. Available at https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC106281 (10.08.2021.)

[11] Kluzer, Stefano, Padroni, Rodolfo. (2018). "Contents of the self-assessment tool "[Ebook].https://all-digital.org/wp-content/uploads/2019/01/D5.-Contents-of-Self-Assessment-Tool.pdf (09.08.2021.)

The two reasons for conducting this research topic were:

- the high demand for digital technology and consequently higher necessity for different digital skills (which need to be measured on different focus groups)
- still not researched in Serbia and other related countries (the Balkans').

2. Literature review

There is none literature in the world on measuring female entrepreneurs' digital competences by using DigComp framework. The importance of measuring digital competences performance of the entrepreneurs, especially women is high considering that entrepreneurial activity requires to constantly keep up with the pace of digitalization.[12] The authors of the Web Foundation (2015) noted that the women are for about 50% less likely than men to use the internet in poor urban communities[13]. Also, some authors (Cooper, 2006; Correa, 2010; Fallows, 2005; Livingstone & Helsper, 2007; Losh, 2004; Pinkard, 2005; Wilson, Wallin, & Reiser, 2003)[14] citrated in Dixon et. al.[15] pointed out that men own and use computers and the Internet more than women, spend more time online, take more technology classes and show more motivation to learn digital skills.

[12] Rajahonka, M., & Villman, K. 2019. "Women Managers and Entrepreneurs and Digitalization: On the Verge of a New Era or a Nervous Breakdown?". *Technology Innovation Management Review*, 9(6): 14-24.

[13] The Web Foundation. (2015): "Is the web really empowering women?" Available at http://webfoundation.org/docs/2015/10/WROinfographic.png (23.08.2021.)

[14] Cooper, Joel. (2006): "The digital divide: The special case of gender". *Journal of Computer Assisted Learning,* 22, 320– 334.

Correa, Teresa. (2010): "The participation divide among "online experts": Experience, skills and psychological factors as predictors of college students' web content creation". *Journal of computer-mediated communication*, 16(1), 71-92.

Fallows, David. (2005): "How women and men use the Internet". *Pew Internet & American Life Project*, *28*, 1-45.

Livingstone, Sonia, Helsper, Ellen. (2007): "Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide". *New media & society*, 9(4), 671-696.

Losh, Susan. (2004): "Gender, educational, and occupational digital gaps 1983-2002". *Social Science Computer Review,* 22(2), 152-166.

Pinkard, Nichole. (2005): "How the perceived masculinity and/or femininity of software applications influences students' software preferences". *Journal of Educational Computing Research*, *32*(1), 57-78.

Wilson, Kenneth, Wallin, Jennifer, Reiser, Christa. (2003): "Social stratification and the digital divide". *Social Science Computer Review*, 21(2), 133-143.

[15] Dixon, Laura, Correa, Teresa, Straubhaar, Joseph, Covarrubias, Laura, Graber, Dean, Spence, Jeremiah, & Rojas, Viviana. (2013): "Gendered space: The digital divide between male and female users in internet public access sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 991-1009.

Casillas M. S. et al. (2017) conducted the research on students and revealed that there were gender differences in terms of ICT knowledge - male students were more knowledgeable and skilled in the use of ICT than women. The reason for these digital competences gender gap can be a result of many different reasons. Quoted by UNICEF (2021)[16] some causes are listed with explanation:

- "lesser access of devices, data and networks (Low levels of infrastructure, network quality and coverage disproportionally affect access. Their choice of network is often restricted by various factors (basic handsets17, fewer choices of SIM, cost of the data18). The Alliance for Affordable Internet (A4AI) reports that costs tend to be higher in areas with lower connectivity due to lack of market competition19 and found that women and girls tend to be more price-sensitive than men. Women often have lower levels of income (women often earn 30–50% less than men) and are often less financially independent20. Women and girls with less disposable income to spend on mobile or internet services21 go online less frequently. Women and girls who live in remote areas were particularly affected, due to significant gaps in infrastructure and network coverage in rural areas22);
- social norms (for example India);
- lower education and less practice in creating digital content;
- online safety (52% of young women globally have experienced some digital harm, there is also a lack of formalized policies to prevent digital harm and protect users)";

For women entrepreneurs, ICT offers plenty opportunities for business and e-business. Even though, in Serbia there is a gap in increasing computer usage between women and men. According to the Report of the Statistical Office of the Republic of Serbia (2020)[23], in the last three months 78.7% male and 67.9% female used the computer. By the same Report, in the last three months the usage of internet was 81.8% of male and 76% of female.

[16] UNICEF. (2021), 9, 10, 15.

[17] GSMA. (2020): "The mobile gender gap report 2020". Available at https://www.gsma.com/ mobilefordevelopment/wpcontent/uploads/2020/02/ GSMA-The-Mobile-Gender-GapReport-2020.pdf (24.08.2021.)

[18] Alliance for Affordable Internet. (2019): "Affordability report 2019". Available at https://a4ai.org/affordability-report/ (24.08.2021.)

[19] Ibid, 16

[20] Alliance for Affordable Internet. (2015): "Affordability report 2015-16". Available at https://a4ai.org/affordability-report/report/2015/ (24.08.2021.)

[21] The Web Foundation. (2015): "Women's rights online". Available at http://webfoundation.org/ docs/2015/10/womens-rightsonline_Report.pdf (24.08.2021.)

[22] Ibid, 15

[23] Statistical Office of the Republic of Serbia. (2020): "Use of information and communication technology in the Republic of Serbia-Households/individuals/Companies". 18,23.

Measuring the level of digital skills in Serbia, Bradić-Martinović i Banović (2018) found that women have lower level of digital skills compared to men. [24]

All these conclusions should give signal for paying more attention to female digital competences development and their performance.

3. Methodology

The main aim of this paper is to give an overview of the female entrepreneurs 'digital competence performance, in other words, to show the percentage of respondents who gave correct answers on real-life scenario questions. The real-life scenario questions were based on the first two areas of the Digital Competence Framework (DigComp)[25] and incorporated segments:

1. **Information and data literacy**
   - Browsing, searching, and filtering data, information and digital content
   - Evaluating data, information and digital content
   - Managing data, information and digital content)
2. **Communication and collaboration**
   - Interacting through digital technologies
   - Sharing through digital technologies
   - Engaging in citizenship through digital technologies
   - Collaborating through digital technologies
   - Netiquette
   - Managing digital identity

The method used to collect data about female entrepreneurs was an online survey - Google form. It consisted of a total of 75 questions (four general and seventy-one mixed questions i.e., fifty self-assessment and twenty-one real-life scenario questions). The main basis for creating this survey was the EU project "Digital Competences Development System (DCDS)"[26]. The survey lasted from the 5th of February until the 5th of March.

In Table 1 the survey questions structure is shown.

[24] Bradić-Martinović, Aleksandra i Banović, Jelena (2018). Assessment of Digital Skills in Serbia with Focus on Gender Gap. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education,* (1-2), 54-67.

[25] Kluzer, Stefano, Pujol-Priego, Laia. (2018): "Digcomp into action: Get inspired, make it happen - A user guide to the european digital competence framework". Joint Research Centre.

[26] Ibid, 11

Table 1: *The structure of the survey questions*

		Number of the questions in the first area* (Information anddata literacy)			**Number of the questions in the second area**** (Communication and collaboration)					
		Segment No.								
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
The total number of questions by question type	**Self-assessment questions**	8	4	4	9	4	8	3	6	4
	Real - life scenario questions	5	2	1	4	2	2	1	2	2
Total		**13**	**6**	**5**	**13**	**6**	**10**	**4**	**8**	**6**

* The first area includes the following segments: 1. Browsing, searching, and filtering data, information and digital content; 2. Evaluating data, information and digital content; 3. Managing data, information and digital content

** The second area includes the following segments: 4. Interacting through digital technologies; 5. Sharing through digital technologies; 6. Engaging in citizenship through digital technologies; 7. Collaborating through digital technologies; 8. Netiquette; 9. Managing digital identity

Source: Authors' calculation

As seen from Table 1, the highest total number in both areas belonged to the first segment questions (Browsing, searching, and filtering data, information and digital content with thirteen questions in the first area; Interacting through digital technologies with also thirteen questions in the second area). The authors assumed that reason for conducting the highest number of the questions in the first segments is due to the fact that they are wider than other segments and they can be defined as 'start point' for other segments.

The data of the respondents were collected with the support of the Chamber of Commerce of Serbia and "Biznis na štiklama" associations. The random sample for further analysis was 114. The Saleh and Bista[27] noted that one reason for low response is the fact that below 12% of the participants are not willing to complete the survey if the survey is not of their interest.

[27] Saleh, Amany & Bista, Krishna. (2017): "Examining Factors Impacting Online Survey Response Rates in Educational Research: Perceptions of Graduate Students". *Journal of MultiDisciplinary Evaluation*. 13/2017. 63-74.

4. Results

The descriptive statistics (general data of the respondents) is given in the Table 2.

Table 2. *General sample data (%) ordered ↓*

Education level	Location of residence	Age	Business type
Bachelor *(36.8%)*	Novi Sad *(28.9%)*	18-24 *(44.7%)*	Other *(36.9%)*
High school *(31.6%)*	Kragujevac *(28.9%)*	35-44 *(21.1%)*	Other service activities *(28.9%)*
Master *(28.9%)*	Belgrade *(21.1%)*	45-54 *(18.4%)*	Art, entertainment and recreation *(13.2%)*
PhD *(2.6%)*	Subotica *(10.5%)*	25-34 *(13.2%)*	Education *(10.5%)*
	Užice *(2.6%)*	55-64 *(2.6%)*	Accommodation and catering services *(10.5%)*

Source: Authors' calculation

Most of the respondents (female entrepreneurs) finished bachelor studies (36.8%), were located in Novi Sad and Kragujevac (28.9%), were 18-24 years (44.7%) and had other business types than in mentioned options (36.95).

The first survey question (here presented as example) and answers will be shown in Figure 1. Other questions and their answers will be presented in Table 3.

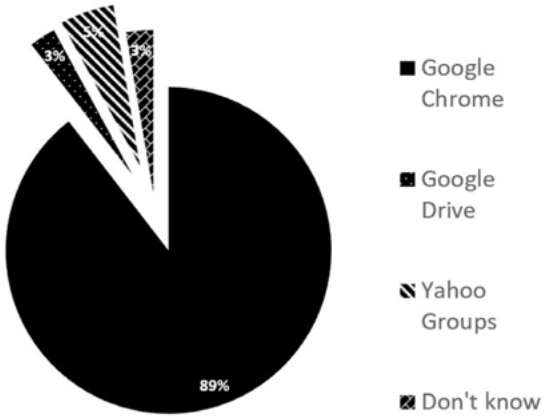


Figure 1: *You are looking for information about the quality of the railway service in your country. In order to find it you use:*

Source: Authors' calculation

89.5% of the respondents answered correctly on this question. Other 10.5% did not answer correctly or answered that they do not know the answer to the question.

Table 3. *The survey questions and the respondents' answers presented in %*

Questions	**% of respondents who answered correctly**	**% of respondents who did not answer correctly or answered with don't know**
You want to refresh the web page you are visiting. You click	97.4	2.6
Click on this link https://ien.bg.ac.rs, navigate into the website and answer the following question: how do you find most information about the IES researchers?	42.1	57.9
Look at the website. The "About us" link is an element of	92.1	7.9
What does it mean to download a file from the internet onto your local device? Before answering the question, please click on this link and download the file	97.4	2.6
Please, click on the two links given and then answer: which one is the official website of Ryanair?	92.1	7.9
Look at the images below, showing the results of a Google search for "solar panels": which of the highlighted items is advertised content?	10.5	89.5
You have to store the digital photos that you took in 2016, 2017, 2018 and you want to group them on a monthly basis for quicker retrieval. Which of the following folder organization solutions do you choose?	60.5	39.5
You are creating a contact on your smartphone about a friend of yours. Which of the following sets of information would you include in the contact in order to communicate effectively with your friend?	92.1	7.9
You have received an email with a file attached from a colleague of yours. You want to send the file to your boss with some changes in the message's text. Which of the following steps do you choose?	73.7	26.3
You want to send a short message to a friend of yours, you send it	100	0
Look at the image below then answer to the following question: in order to create an account on Facebook, you need to	73.7	26.3

[28] Ibid, 3.

What kind of file is it possible to share as an attachment to an e-mail?	94.7	5.3
Can you share a photo by posting it on a website that you are visiting?	36.9	63.1
What is an authentication request?	63.2	36.8
You just moved to Bologna and you would like to use the municipal civic digital network Iperbole. Look at the picture below of the service's online access page: what do you have to do in order to access the service?	57.9	42.1
You received an invitation to a party through an e-mail which was sent to you and three other friends of yours. Unfortunately, you will not be able to go and you want to inform everybody about it. Which of the following e-mail commands would you use to send quickly your regrets message?	81.6	18.4
You have just joined an online professional community and you want to introduce yourself in the general forum. Select the most appropriate way to do so among the three choices below	86.8	13.2
Look at the images below. Which one shows inappropriate online behavior/communication?	86.8	13.2
Which of the following actions can damage your reputation?	86.8	13.2
Look at the pictures below. Which one would you use as a profile picture in a professional social network?	94.7	5.3

Note: The questions with the correct answer>90% are colored grey

Source: Ibid, 3 and authors' calculation

From table 3 it can be seen that all respondents answered correctly on just one question: *You want to send a short message to a friend of yours, you send it*. On the other side, the question *Look at the images below, showing the results of a Google search for "solar panels": which of the highlighted items is advertised content?* was with the lowest percentage of correct answered (10.5%). The authors cannot compare these results exactly because there is no research done on the same basis, but with the similar will be compared to.

As the most commonly used communication device (mobile phone)[29], the result of 100% correct answers on the question mentioned above is approved. In

[29] Papa, Joey. (2017): "Common communication devices". Available at https://itstillworks.com/13661530/common-communication-devices (23.08.2021.)

other words, mobile usage is rapidly growing[30] bringing the need for the mobile competences. Hence, the people are going in line with mobile competence demands for using.

On the other side, the question with the lowest correct answered percentage can be commented as no certain need for digital marketing competences for the participants or a gap of female entrepreneurs' competences in marketing sphere.

6. Conclusion

In the analysis done on random sample of 114 female entrepreneurs' authors found the following: firstly female entrepreneurs were not so willing to participate in the survey (114 participants from more than 1000 sent emails); secondly their knowledge about first two DigComp areas is different - higher performance in the first area "Information and data literacy", especially in browsing the web, above 90% on a scale 0-100% of correct answers comparing to the second area "Communication and collaboration"; thirdly their knowledge about more comprehensive digital competences do not exist – there were none correct answer in segments "Engaging in citizenship through digital technologies", "Collaborating through digital technologies" and "Netiquette".

The authors can conclude that more attention should be paid to motivating women to boost their digital competences through some education programmes, training, workshops and seminars, considering that these competences are essential for living and working in digitized world.

Limitations of the research

Due to insufficient interest in filling out the survey by female entrepreneurs, in the future it is necessary to do the same research on representative sample so that conclusions have much more value.

Acknowledgements

This paper is supported by the Ministry of Science and Technological Development of the Republic of Serbia.

[30] Statista. (2021): Number of smartphone users from 2016-2021. Available at https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/ (23.08.2021.)

Literature

- Alliance for Affordable Internet. (2015): "Affordability report 2015-16". Available at https://a4ai.org/affordability-report/report/2015/ (24.08.2021.)
- Alliance for Affordable Internet. (2019): "Affordability report 2019". Available at https://a4ai.org/affordability-report/ (24.08.2021.)
- Beckett, Sarah. (2018): "What's the difference between skills and competencies?" Human Resource Systems Group. https://resources.hrsg.ca/blog/what-s-the-difference-between-skills-and-competencies#skills (09.08.2021.)
- Carretero, Stephanie, Vuorikari, Riina, Punie, Yves. (2017): "The digital competence framework for citizens". Publications Office of the European Union. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC106281 (10.08.2021.)
- Cooper, Joel. (2006): "The digital divide: The special case of gender". *Journal of Computer Assisted Learning*, 22, 320– 334.
- Correa, Teresa. (2010): "The participation divide among "online experts": Experience, skills and psychological factors as predictors of college students' web content creation". *Journal of computer-mediated communication*, 16(1), 71-92.
- Dixon, J. Laura et. al. (2013): "Gendered space: The digital divide between male and female users in internet public access sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 991-1009.
- EU Science Hub - European Commission. "DigComp - Being digitally competent – a task for the 21st-century citizen", https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp (02.08.2021.)
- European Parliament and of the Council. (2006): "Recommendation of the European Parliament and of the Council": Official Journal of the European Union. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006H0962 (02.08.2021.)
- GSMA. (2020): "The mobile gender gap report 2020". Available at https://www.gsma.com/ mobilefordevelopment/wpcontent/uploads/2020/02/ GSMA-The-Mobile-Gender-GapReport-2020.pdf (24.08.2021.)
- Fallows, David. (2005): "How women and men use the Internet". *Pew Internet & American Life Project*, 28, 1-45.
- Ilomäki Liisa, Kantosalo Anna, Lakkala Minna: "What is digital competence?" In Linked portal. Available at http://linked.eun.org/web/guest/in-depth3. (02.08.2021)
- Ivanović, Đina, Simović, Vladimir. (2020): "Digcomp okvir-Metodološki okvir za merenje digitalnih kompetencija". *Trendovi u poslovanju*. 1/2020. 83-92
- Kluzer, Stefano, Pujol-Priego, Laia. (2018): "Digcomp into action: Get inspired, make it happen - A user guide to the european digital competence framework". Joint Research Centre.

- Kluzer, Stefano, Padroni, Rodolfo. (2018). "Contents of the self-assessment tool «[Ebook]. Available at https://all-digital.org/wp-content/uploads/2019/01/D5.-Contents-of-Self-Assessment-Tool.pdf (09.08.2021.)
- Livingstone, Sonia, Helsper, Ellen. (2007): "Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide". *New media & society*, 9(4), 671-696.
- Losh, C. Susan. (2004): "Gender, educational, and occupational digital gaps 1983-2002". *Social Science Computer Review,* 22(2), 152-166.
- OECD. (2018): "Gender Equality". Available at https://www.oecd.org/gender/data/women-in-the-digital-era-internet-use-and-skills-at-work.htm (23.08.2021.)
- Papa, C. Joey. (2017): „Common communication devices". Available at https://itstillworks.com/13661530/common-communication-devices (23.08.2021.)
- Pinkard, Nichole. (2005): "How the perceived masculinity and/or femininity of software applications influences students' software preferences". *Journal of Educational Computing Research*, *32*(1), 57-78.
- Rizza, Caroline. (2013): "Digital Competences", In Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. Netherlands. 1614-1619.
- Saleh, A. Amany, Bista, Krishna. (2017): "Examining Factors Impacting Online Survey Response Rates in Educational Research: Perceptions of Graduate Students". *Journal of MultiDisciplinary Evaluation*. 13/2017. 63-74.
- Statista. (2021): Number of smartphone users from 2016-2021. Available at https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/ (23.08.2021.)
- The Web Foundation. (2015): „Is the web really empowering women?" Available on http://webfoundation.org/docs/2015/10/WROinfographic.png (23.08.2021.)
- The Web Foundation. (2015): „Women's rights online". Available at http://webfoundation.org/ docs/2015/10/womens-rightsonline_Report.pdf (24.08.2021.)
- UNICEF. (2021): „What we know about the gender digital divide for girls: A literature review". Available at https://www.unicef.org/eap/reports/innovation-and-technology-gender-equality-0 (24.08.2021.)
- Wilson, G. Kenneth, Wallin, Jennifer, Reiser, Christa. (2003): „Social stratification and the digital divide". *Social Science Computer Review*, 21(2), 133-143.

Đina Ivanović
Marija Antonijević

UDK 005.332.1-055.2
005.336.5:004

DOI: 10.5937/MegRev2201163I
Originalni naučni rad
Primljen 14.09.2021.
Odobren 03.02.2022.

PERFORMANSE DIGITALNIH KOMPETENCIJA PREDUZETNICA U SRBIJI

Sažetak: *Ovaj rad ima za cilj da ispita performanse preduzetnica u Republici Srbiji usmerene na digitalnim kompetencijama merene na osnovu pitanja iz stvarnog života. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 114 preduzetnica. Metoda koja se koristila za prikupljanje podataka bila je onlajn anketa (Google obrazac). Anketna pitanja su bila zasnovana na Okviru digitalnih kompetencija (DigComp) sa fokusom na prve dve oblasti, "Informisanje i pismenost podataka" i "Komunikacija i saradnja". Rezultati su pokazali da su preduzetnice u Srbiji ostvarile bolje performanse (tj. tačno odgovorile na pitanja) u oblasti "Informisanje i pismenost podataka", posebno u segmentu "Pregledavanje, pretraživanje i filtriranje podataka, informacija i digitalnih sadržaja". S druge strane, slabije performanse srpskih preduzetnica postignute su u oblasti „Komunikacija i saradnja", gde na devet pitanja od trinaest nije odgovoreno tačno. Segmenti „Uključivanje u državljanstvo putem digitalnih tehnologija", „Saradnja putem digitalnih tehnologija" i „Netiketa" identifikovani su kao najproblematičniji jer nisu imali nijedan tačan odgovor.*

Autori mogu zaključiti da veštine ugrađene u segmente druge oblasti treba poboljšati i pojačati kako bi bile u skladu sa zahtevima tržišta.

Ključne reči: *Digitalne kompetencije, učinak, žene preduzetnice, DigComp, Srbija*

Radoslav Baltezarević*

UDK 659.113.25
316.77:004.773
658.62:005.336.3-021.471
DOI: 10.5937/MegRev2201177B
Pregledni naučni članak
Primljen 07.02.2022.
Odobren 18.03.2022.

ULOGA NORMATIVNOG KONFORMIZMA U DIGITALNOM OKRUŽENJU U KREIRANJU STAVOVA POTROŠAČA PREMA LUKSUZNIM BRENDOVAMA**

Sažetak: *Digitalno okruženje sve više postaje prvo mesto na kome će potrošači potražiti informacije o luksuznim proizvodima i uslugama u procesu donošenju odluka o kupovini. Na kreiranje stavova potrošača u realnom prostoru prema luksuznim brendovima najčešće najveću ulogu imaju stavovi referentne grupe. Međutim, u kolektivističkim društvima, društvene norme i očekivanje društvena mogu dovesti do konformističkog ponašanja pojedinaca kako ne bi bili izopšteni iz društvene zajednice. Konformističko ponašanje i usvajanje stavova prema luksuznim brendovima, mogu biti motivisani i željom pojedinca da sebe predstave članom višeg društvenog statusa, kome inače ne pripadaju, ili da se korišćenjem ovakvih brendova izdvoje od predstavnika sopstvene statusne grupe. Normativni konformizam je prisutan i u digitalnom okruženju. Korisnici društvenih mreža često slepo oponašaju i usvajaju stavove kreatora stavova javnog mnjenja. Mikro i makro influenseri su percipirani kao kredibilni izvori informacija, kojima se uglavnom bezrezervno veruje. Međutim, često su njihove preporuke luksuznih brendova naručene od strane kompanija koje ih proizvode, tako da je kredibilitet njihovih preporuka često upitan.*

Ključne reči: *Normativni konformizam, Digitalno okruženje, Ponašanje potrošača, Luksuzni brendovi*

* Redovni professor, Fakultet za poslovne studije, Megatrend Univerzitet, Beograd; r.baltezarevic@gmail.com

** Ovaj rad je rezultat projekta Fakulteta za poslovne studije, Megatrend univerziteta: Nove marketinške strategije (FPSNMS).

1. Uvod

Danas je ponašanje potrošača jedna od najvažnijih oblasti interesovanja marketinških stručnjaka. Promena ponašanja potrošača zasnovana na društvenom uticaju nazva se konformizmom potrošača. Konformitet potrošača se može definisati kao usklađenost sa grupnim normama, odnosno kao podložnost grupnom uticaju i izazivanje promena ponašanja u potrošnji usled uticaja referentne grupe. Društveni uticaj je jedna od determinanti koje utiču na ponašanje potrošača i ogleda se u donošenju potrošačkih odluka koje uključuju društvene norme i međuljudska razmatranja kao preteče namera ponašanja.[1] Marketari sve češće koriste znanja o međuljudskom uticaju u kreiraju komunikacijskih strategija sa ciljnim tržištem.[2] Veliki broj istraživanja je pokazao da je usklađenost potrošača imao značajan uticaj na proces donošenja odluka.

Venkatesan (Venkatesan) je prvi istraživač u ovoj oblasti koji je otkrio da normativni društveni uticaji mogu oblikovati stav potrošača.[3] Kasnija istraživanja sugerišu da su potrošačima potrebne informacije da bi procenili opcije u donošenju odluka o kupovini.[4]

Internet, globalizacija i umrežavanje u digitalnom okruženju promenili su ceo koncept potrošačkog društva. Digitalna tehnologija dovela je do toga da potrošačka tržišta postanu dinamičnija i izuzetno povezana, zbog čega su trgovci morali da pokrenu istraživanje o novom ponašanju potrošača.[5] Korisnici interneta i društvenih mreža pomažu članovima mreže da donesu odluke o kupovini tako što dele vredne informacije o proizvodima, kao i svoje iskustvo.[6] U izveštaju koji je nedavno objavljen o socijalnoj ekonomiji (McKinsey & Company) navodi se da je digitalna tehnologija uspostavila snažnu vezu sa glavnim sociološkim obrascima i ponašanjima, deljenjem informacija sa članovima mreže, upoređivanjem iskustava i društvenog statusa sa drugima.[7]

---

1 Sages, R. A., & Grable, J. E. (2008): A Test of the Theory of Self-Esteem: A Consumer Behavior Perspective

2 Choubtarash, N., Mahdieh, O., & Marnani, A. B. (2013): The study of the relationship between consumer involvement and purchase decision (Case study: Cell phone). Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business

3 Venkatesan, M. (1966): Experimental study of consumer behaviour, conformity and independence, *Journal of Marketing Research*, 3(4), 384-387.

4 Solomon, M. R. (1994): Consumer Behavior-Buying, Having, and Being. Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.

5 Martinez-Ruiz, M. P. & Moser, K. S. (2019): Studying consumer behaviour in an online context: The impact of the evolution of the World Wide Web for new avenues in research. *Frontiers in Psychology.*

6 Chu, S., & Kim, Y. (2011): Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word-of-Mouth (eWOM) in Social Networking Sites. *International Journal of Advertising*, *30*(1), 47–75.

7 McKinsey&Company (2012). The Social Economy: Unlocking Value and Productivity through Social Technologies. https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-

Čovek, kao deo društvene zajednice, oduvek je ispoljavao konformističko ponašanje. U davnim vremenima, imitiranje ponašanja drugih članova društva i usaglašavanje sa očekivanim društvenim normama bilo je uslovljeno pre svega potrebom da individua bude prihvaćena i kako tako obezbedi svoju elementarnu egzistenciju. Danas u modernom društvu (pre svega u kolektivističkim društvima), ovakav vid oponašanja referentne grupe se opravdava željom pojedinaca da bude prihvaćen od strane zajednice, ali i kao vid identifikovanja sa željenim društvenim statusom. Konformističko ponašanje potrošača se najbolje može sagledati kroz upotrebu luksuznih brendova, koji su percipirani kao identifikatori visokog društvenog položaja i na neki način mogu predstavljati prečicu ka izgradnji ličnog imidža pojedinaca, a naročito kod onih individua koje nisu u stanju da takav željeni društveni status opravdaju istinskim društvenim vrednostima, kao što su obrazovanje, stručnost i slično. Konformističko ponašanje potrošača se sve više može primetiti i u digitalnom okruženju. Motivi potrošača su isti kao u realnom prostoru, samo što se u ovom slučaju radi o elektronskoj komunikaciji od usta do usta (eWOM), a kreatori (ili modifikatori) stavova potrošača, između ostalog i o upotrebi luksuznih brendova, su poznati kao influenseri (mikro i makro). Influenseri su percipirani kao kredibilni izvori informacija, koji u svom nastojanju da utiču na stavove potrošača o kupovini koriste platforme društvenih mreža, kako bi predočili sve informacije o benefitima korišćenja luksuznih brendova, za šta su uglavnom adekvatno plaćeni od strane predstavnika kompanija koji iste te proizvode i usluge i nude tržištu. Ako se uzme u obzir činjenica da kompanije uglavnom kreiraju informacije koje žele da od strane influensera budu plasirane, često vremenski sinhronizovano sa ostalim influenserima, njihov kredibilitet postaje najblaže rečeno diskutabilan.

2. Normativni konformizam

Konformizam se odnosi na čin promene nečijeg ponašanja kako bi odgovarao ponašanju drugih. Pre skoro pola veka, Dojč i Džerard (Deutsch & Gerard) napravili su razliku između informacione i normativne motivacije usklađenosti. Prva je zasnovana na želji da se formira tačna interpretacija stvarnosti i ispravnog ponašanja, dok je druga zasnovana na cilju dobijanja društvenog odobrenja od drugih.[8] Ova dva pojma su međusobno povezana i često ih je teško razdvojiti kako teorijski tako i empirijski.[9] Utemeljenje konformističkog ponašanja u

and-telecommunications/our-insights/the-social-economy (Pristupljeno: 05.02.2022)

8 Deutsch M, Gerard HB. (1955): A study of normative and informative social influences upon individual judgment. *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 51:629–36

9 David B, Turner JC. (2001): Majority and minority influence: a single process selfcategorization analysis. In *Group Consensus and Minority Influence: Implications for Innovation*, ed. CKW De Dreu, NK De Vries, pp. 91–121. Malden, MA: Blackwell

evolucionoj teoriji pokazalo se opravdanim kada je na sličan način primećeno da se i kod ponašanja životinja mogu primetiti tendencije prihvatanja obrazaca ponašanja većine.[10]

Normativna verovanja se odnose na uverenja pojedinca koja su prihvaćena od strane određenih ljudi ili grupa i diktiraju da li je ponašanje na određeni način prikladno. Nalazi o efektima društvenih normi (koje uključuju subjektivne, injunktivne i deskriptivne norme) na ponašanje pomešani su u normativnim uticajima.[11] Takođe je primećeno da dinamički fenomeni i pojedinci, koji deluju ili iz sopstvenih interesa ili iz altruističkih motiva, kontinuirano menjaju normativne konture u svojim verovanjima.[12]

Dojč i Džerard (Deutsch & Gerard) opisuju normativni društveni uticaj kao uticaj na prilagođavanje pozitivnim očekivanjima druge osobe ili grupe, što može dovesti do solidarnosti i informativnog društvenog uticaja (tj. prihvatanja informacija dobijenih od druge osobe ili grupe kao dokaza o stvarnosti).[13] Oni prepoznaju da se ove dve vrste uticaja često pojavljuju zajedno, ali da je moguće uskladiti se u ponašanju tako što će se javno složiti sa verovanjima drugih, iako su ona u suprotnosti sa sopstvenim uverenjima.[14] Pored toga, moguće je prihvatiti uverenje drugih kao dokaz o određenom aspektu stvarnosti (informacioni uticaj) iako možda nema namere da se prihvate sva uverenja ostalih članova grupe.[15]

Postoji korisnost u razmišljanju o različitim vrstama društvenog uticaja, ali informacioni i normativni uticaji često mogu biti teorijski i empirijski isprepleteni.[16] Kako bi se razdvojili društveni uticaji na konformističko ponašanje, prvo je potrebno razmotriti informacioni i normativni društveni uticaj, a zatim pregledati relevantne eksperimente konformiteta koji se fokusiraju na tri tipa: usaglašenost u perceptivnom prosuđivanju, konformitet ponašanja i usklađenost u mišljenjima i stavovima.[17]

U strogim društvima, konkavnost društvenog pritiska obeshrabruje kompromis, odnosno, ima tendenciju da podstakne pojedince da se ili potpuno prilagode ili potpuno iznesu svoje mišljenje. U zavisnosti od stepena strogosti, kon-

[10] Claidière, N., & Whiten, A. (2012): Integrating the study of conformity and culture in humans and nonhuman animals. *Psychological Bulletin*, *138*, 126–145.

[11] Lapinski, M.K.; Rimal, R.N. (2005): An explication of social norms. Commun. Theory 15, 127–147.

[12] Rimal, R.N.; Lapinski, M.K. (2015): A re-explication of social norms, ten years later. Commun. Theory, 25, 393–409.

[13] Deutsch M, Gerard HB. (1955): A study of normative and informative social influences upon individual judgment. *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 51:629–36

[14] Mann, L. (1969): *Social psychology*. London: Wiley.

[15] Deutsch M, Gerard HB. (1955): A study of normative and informative social influences upon individual judgment. *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 51:629–36

[16] Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004): Social influence: Conformity and compliance. *Annual Review of Psychology, 55,* 591–621.

[17] Latané, B. (1981): The psychology of social impact. *American Psychologist, 36,* 343–356.

formisti u društvu biće oni čija su privatna mišljenja prilično bliska normi ili, prilično daleko od nje.[18]

Normativni konformitet potrošača odražava želju pojedinca da se prilagodi pritisku ili normama društvene grupe u očekivanju nagrade i izbegava kazne.[19] Normativni konformizam ima negativan odnos sa vrednostima koje pojedinac ima, odnosno, pojedinac sa jačim vrednostima je manje efikasan sa normativnim konformizmom, dok slabija lična vrednost dovodi do većeg efekta normativne usklađenosti. Kultura kolektivizma pokazuje visok stepen podložnosti normativnom uticaju.[20]

Takođe je bitno napomenuti, da su rezultati Istraživanja pokazali da preterana samouverenost pojedinca, koji vrše društveni uticaj, može imati virusni efekat i ostali članovi grupe, nakon kratkog vremenskog perioda, počinju da pokazuju iste matrice ponašanja. Do ovakve konformističke pojave dolazi zato što prihvatanje ovakvih normi dešava na nivou podsvesti i po inerciji, iako se usvajaju verovanja koja su subjektivna i verovatno netačna.[21]

3. Ponašanje potrošača u digitalnom okruženju prema luksuznim brendovima

Sajtovi društvenih mreža omogućavaju korisnicima pristup mišljenjima ne samo bliskih prijatelja, porodice i kolega, već i drugih ljudi koji su koristili određeni proizvod ili uslugu. Štaviše, društvene mreže kao što je Fejsbuk (Facebook) omogućavaju poslovnim organizacijama da kreiraju stranice brendova, a korisnici koji prate ove stranice mogu da primaju ili dalje šire informacije u vezi sa njima.[22] Prema statističkim podacima iz 2021. godine, u svetu trenutno 4,66 milijardi korisnika aktivno koristi internet, dok 4,2 milijarde aktivno koristi društvene mreže.[23] Među sajtovima društvenih mreža najpopularniji su: Fejsbuk (2,9 milijardi korisnika), Jutjub (2.3 milijarde

[18] Moti Michaeli & Daniel Spiro (2015): Norm conformity across societies, *Journal of Public Economics*, 132, (C), 51-65

[19] Kropp M., Lavack, A.F., Silvera, D.H. (2005): "Values and collective self-esteem as predictors of consumer susceptibility to interpersonal influence among university students", *International Marketing Review*, Vol. 22 (1) pp. 7 – 33

[20] Ebren, F. (2009). Susceptibility to interpersonal influence: A study in turkey. *Social Behavior and Personality* 37 (8), 1051 – 1064.

[21] Baltezarevic Radoslav & Baltezarevic Ivana (2021): Daning-Krugerov efekat: Uticaj iskrivljene realnosti na percepciju potrošača prema luksuznim brendovima. Baština, Vol. 31 sv. 55, pp. 237-253 doi: 10.5937/bastina31-33832

[22] Coulter, K. S., & Roggeveen, A. (2012): 'Like it or not': Consumer Responses to Word-of-Mouth Communication in On-Line Social Networks. *Management Research Review*, *35*(9), 878-899.

[23] Statista (2021): Global digital population as of January 2021. https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/ (Pristupljeno: 04.02.2022.)

korisnika) i Instagram (1,4 milijarde korisnika).[24] Ovi rezultati pokazuju koliko je digitalno okruženje postalo nezaobilazno u kreiranju stavova potrošača, od strane kompanija i influensera. Međutim ovi podaci takođe pokazuju da je zabrinjavajuće visoki procenat korisnika interneta svakodnevno pod uticajem informacija, koje se ne mogu uvek smatrati kredibilnim.

U virtuelnom okruženju elektronskom komunikacijom od usta do usta (eWOM) i angažovanjem kredibilnih mikro i makro influensera na društvenim mrežama, kompanije mogu komunicirati sa potrošačima i uticati na njihove stavove prema brendovima i kupovini.[25] Kompanije postaju sve svesnije značaja i mogućnosti koje pružaju društvene mreže kojima se može mnogo brže i efikasnije komunicirati sa ciljnim tržištem. Kako bi prenele poruku o vrednosti svojih brendova svojim potrošačima, organizacije sve češće angažuju influensere za koje se smatra da su adekvatni kreatori javnog mnjenja u virtuelnom okruženju u određenoj oblasti.[26]

U istraživanju koje je sproveo Park (Park) 2017. godine, navodi se da su trgovci prijavili da su trenutni modni potrošači inspirisani modnim stilovima drugih potrošača, koji se dele na društvenim mrežama i mnogo više su pod uticajem onlajn influensera nego komercijalnih modela.[27] Empirijski je dokazano da informativni društveni uticaj ima pozitivan efekat na odluke o kupovini putem interneta.[28] Takođe, postoji veza između stavova ispitanika da deljenje kulturnih vrednosti na društvenim mrežama vodi ka stvaranju kolektivne kulture.[29]

Digitalno umrežen svet utiče na društveno ponašanje ljudi. Što su ljudi otvoreniji za informacije, to im je lakše da apsorbuju informacije iz spoljnih izvora, a samim tim su i podložniji njihovom uticaju.[30] Na osnovu globalnog istraživanja trendova kupaca iz 2020. godine, zaključeno je da će društveni uticaj biti glavni razlog da ljudi kupuju pro-

[24] Statista (2021): Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users. https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (Pristupljeno: 04.02.2022.)

[25] Baltezarevic Radoslav & Baltezarevic Ivana (2021). Uloga instagrama u poslovanju mladih. *Megatrend Revija. Vol. 18, № 2, 2021: 23-38* • DOI: 10.5937/MegRev2102023B

[26] Kwiatek Piotr, Baltezarević Radoslav, Papakonstantinidis Stavros (2021): "The impact of credibility of influencers recommendations on social media on consumers behavior towards brands." *Informatologia. Vol. 54 No. 3-4,* 181-196

[27] Park, H., (2017): How social media is transforming fashion consumers: The effects of'social consumer" attributes on brand engagement in social networking sites. *Fashion, Industry and Education,* 15(1), pp. 1-11.

[28] Lee, M. K. O., Shi, N., Cheung, C. M. K., Lim, K. H., & Sia, C. L. (2011): Consumer's Decision to Shop Online: The Moderating Role of Positive Informational Social Influence. *Information & Management*, *48*, 185-191.

[29] Baltezarević, B. Milutinović, O. Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2020) "Digital storage and online mediated memory". *International Review, No 1-2/2020 pp.34-41* ISSN 2217-9739eISSN 2560 – 3353

[30] Afonasova, M. A., Panfilova, E. E., Galichkina, M. A. and Ślusarczyk, B. (2019): Digitalization in economy and innovation: The effect on social and economic processes. *Polish Journal of Management Studies*, *19*(2), 22–32.

izvode u budućnosti.[31] Potrošači koji imaju veće učešće u grupama virtuelnih zajednica skloniji su većem uticaju svojih vršnjaka, na osnovu istraživanja koje je 2015. godine sproveo Tusiadah (Tussyadiah) sa saradnicima.[32]

Motivacija za konformizmom je sklonost potrošača da prihvataju stavove referentnih grupa, tj. virtuelnih zajednica kao što su Fejsbuk (Facebook), Instagram (Instagram), Tviter (Twitter), blogovi itd. Viši nivo motivacije za usklađivanje sa normama grupe dovodi do veće normativne usklađenosti koja se na kraju odražava u stavu potrošača prema kupovini, dok su motivacija za usklađenost i samopoštovanje negativno povezani jedni sa drugima.[33] Pored već pomenutih motivacionih faktora, bitno je dodati da samopoimanje, odnosno izgradnja ličnog imidža ima veliki uticaj na normativno konformističko ponašanje. Samopoimanje ili imidž se sastoji od totalnosti misli i osećanja koji se odnose na njega/nju u formi objekta. Sastoji se od stavova koje neko ima prema sebi i uključuje četiri dela: ko sam ja sada (stvarno samopoimanje), ko bih želeo da budem (idealno samopoimanje), kakav bih želeo da budem sebi (privatno samopoimanje) i kako bih voleo da me vide drugi (društveno samopoimanje).[34] Osoba koja će se prilagoditi očekivanjima referentne grupe i prisvojiti stavove prema luksuznim brendovima, iskoristiće imidž luksuznog brenda i kroz proces poznat kao „prelivanje imidža" izgraditi lični imidž. Luksuzni brendovi predstavljaju proizvode koji imaju ograničenu ponudu i dostupni su samo za 5% stanovništva.[35] Vilkoks (Wilcox) i saradnici navode da luksuzni brend predstavlja društvena i kulturna značenja koja potrošači koriste da bi ispunili svoje društvene ciljeve.[36]

Rezultati istraživanja sprovedenog 2020. godine potvrdili su da je osnovna motivacija za konformističko ponašanje potrošača dobijanje društvenog odobravanja i ima značajan uticaj na stavove potrošača prema luksuznim brendovima. Takođe je istraživanjem potvrđeno da posedovanje luksuznih dobara čini da se potrošači osećaju prihvaćeno i da oni definišu ulogu pojedinca u društvu. Luksuzni brendovi ostavljaju dobar utisak na druge ljude i mogu pomoći potrošaču da se oseti uspešnim članom referentne grupe.[37]

---

31 Qriously. (2020). *Consumer Trends for 2020.* https://www.brandwatch.com/reports/consumer-trends-for-2020/view/ (Pristupljeno: 05.02.2022.)

32 Tussyadiah, I. P., Kausar, D. R., and Soesilo, P. K. (2015). The effect of Enagagement in online social network on susceptibility to Influence. *Journal of Hospitality & Tourism Research, XX* (X), 1-23.

33 Park, J., and Feinberg, R. (2010): E-formity: consumer conformity behaviour in virtual communities. *Journal of Research in Interactive Marketing, Vol. 4* (3), 197-213.

34 Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016): *Consumer behavior: Building marketing strategy.* New York, NY: McGraw-Hill.

35 Savitha, S, Sathyanarayan, K. (2014): Taxonomy of Luxury Brand Value.Research Explorer, (III/8), January – June, 86.

36 Wilcox, K., Kim, H. M., & Sen, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit luxury brands? *Journal of Marketing Research, 46*(2), 247-259.

37 Baltezarevic Radoslav & Kwiatek Piotr (2020). Contemporary challenges in marketing communication (p.176) Reviewers: Boban Tomic, Abdel-Badeeh M Salem, Milivoje Pavlovic.

4. Zaključak

Usaglašavanje ponašanja pojedinaca prema društvenim normama sastavni je deo društvenog ponašanja još od davnina. Takođe, ovakvo ponašanje primećeno je i u životinjskom svetu. U modernom društvu, normativna verovanja u digitalnom okruženju se odnose na uverenja određenih društvenih grupa koja su prihvaćena od strane pojedinaca. Društvene grupe su one koje procenjuju da li je određeno ponašanje jedinke prikladno ili nije. Osobe koje često slepo usvajaju preporuke influensera u virtuelnom okruženju, pre svega prema luksuznim brendovima, smatraju da su takvi izvori informacija pouzdani, iako je sadržaj koji influenseri dele sa korisnicima unapred kreiran od strane kompanija o čijim brendovima se diskutuje na društvenim mrežama. Osnovni motivi članova društvenih grupa za konzumiranjem luksuznih brendova i prihvatanjem društvenih očekivanja su podupreti njihovom željom da budu prihvaćeni od strane grupe i percipirani kao članovi višeg društvenog statusa. Ovakvi društveni uticaji se vrše od strane pojedinaca koji uglavnom nisu stručni u određenoj oblasti, međutim njihovo preterano samopouzdanje ima virusni uticaj na druge, što dovodi do lakog podsvesnog usvajanja ili modifikovanja stavova ostalih članova. Ova saznanja su poznata i kompanijama iz industrije luksuznih proizvoda, koji svoje komunikacijske strategije sve više fokusiraju ka elektronskoj komunikaciji od usta do usta (eWOM) i neospornoj moći influensera na društvenim mrežama da utiču na stavove potrošača i njihove odluke o kupovini luksuznih proizvoda i usluga.

Literatura:

- Afonasova, M. A., Panfilova, E. E., Galichkina, M. A. and Ślusarczyk, B. (2019): Digitalization in economy and innovation: The effect on social and economic processes. Polish Journal of Management Studies, 19(2), 22–32.
- Baltezarevic Radoslav & Kwiatek Piotr (2020): Contemporary challenges in marketing communication (p.176) Reviewers: Boban Tomic, Abdel-Badeeh M Salem, Milivoje Pavlovic. Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscriptum Publishing Group.ISBN-13: 978-620-3-02893-5 ISBN-10: 6203028932
- Baltezarević, B. Milutinović, O. Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2020) "Digital storage and online mediated memory". *International Review, No 1-2/2020 pp.34-41* ISSN 2217-9739eISSN 2560 – 3353
- Baltezarevic Radoslav & Baltezarevic Ivana (2021). Uloga instagrama u poslovanju mladih. Megatrend Revija. Vol. 18, № 2, 2021: 23-38 • DOI: 10.5937/MegRev2102023B

Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscriptum Publishing Group.ISBN-13: 978-620-3-02893-5 ISBN-10: 6203028932

- Baltezarevic Radoslav & Baltezarevic Ivana (2021): Daning-Krugerov efekat: Uticaj iskrivljene realnosti na percepciju potrošača prema luksuznim brendovima. Baština, Vol. 31 sv. 55, pp. 237-253 doi: 10.5937/bastina31-33832
- Choubtarash, N., Mahdieh, O., & Marnani, A. B. (2013): The study of the relationship between consumer involvement and purchase decision (Case study: Cell phone). Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business
- Chu, S., & Kim, Y. (2011): Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word-of-Mouth (eWOM) in Social Networking Sites. International Journal of Advertising, 30(1), 47–75.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004): Social influence: Conformity and compliance. Annual Review of Psychology, 55, 591–621.
- Claidière, N., & Whiten, A. (2012): Integrating the study of conformity and culture in humans and nonhuman animals. Psychological Bulletin, 138, 126–145.
- Coulter, K. S., & Roggeveen, A. (2012): 'Like it or not': Consumer Responses to Word-of-Mouth Communication in On-Line Social Networks. Management Research Review, 35(9), 878-899.
- David B, Turner JC. (2001): Majority and minority influence: a single process selfcategorization analysis. In Group Consensus and Minority Influence: Implications for Innovation, ed. CKW De Dreu, NK De Vries, pp. 91–121. Malden, MA: Blackwell
- Deutsch M, Gerard HB. (1955): A study of normative and informative social influences upon individual judgment. J. Abnorm. Soc. Psychol. 51:629–36
- Ebren, F. (2009). Susceptibility to interpersonal influence: A study in turkey. Social Behavior and Personality 37 (8), 1051 – 1064.
- Kropp M., Lavack, A.F., Silvera, D.H. (2005): "Values and collective self-esteem as predictors of consumer susceptibility to interpersonal influence among university students", International Marketing Review, Vol. 22 (1) pp. 7 – 33
- Kwiatek Piotr, Baltezarević Radoslav, Papakonstantinidis Stavros (2021): "The impact of credibility of influencers recommendations on social media on consumers behavior towards brands." Informatologia. Vol. 54 No. 3-4, 181-196
- Lapinski, M.K.; Rimal, R.N. (2005): An explication of social norms. Commun. Theory 15, 127–147.
- Latané, B. (1981): The psychology of social impact. American Psychologist, 36, 343–356.
- Lee, M. K. O., Shi, N., Cheung, C. M. K., Lim, K. H., & Sia, C. L. (2011): Consumer's Decision to Shop Online: The Moderating Role of Positive Informational Social Influence. Information & Management, 48, 185-191.
- Mann, L. (1969): Social psychology. London: Wiley.

- Martinez-Ruiz, M. P. & Moser, K. S. (2019): Studying consumer behaviour in an online context: The impact of the evolution of the World Wide Web for new avenues in research. Frontiers in Psychology.
- McKinsey&Company (2012): The Social Economy: Unlocking Value and Productivity through Social Technologies. https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-social-economy (Pristupljeno: 05.02.2022)
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016): Consumer behavior: Building marketing strategy. New York, NY:McGraw-Hill.
- Moti Michaeli & Daniel Spiro (2015): Norm conformity across societies, Journal of Public Economics, 132, (C), 51-65
- Park, J., and Feinberg, R. (2010): E-formity: consumer conformity behaviour in virtual communities. Journal of Research in Interactive Marketing, Vol. 4 (3), 197-213.
- Park, H., (2017): How social media is transforming fashion consumers: The effects of'social consumer" attributes on brand engagement in social networking sites. Fashion, Industry and Education, 15(1), pp. 1-11.
- Qriously (2020). Consumer Trends for 2020. https://www.brandwatch.com/reports/consumer-trends-for-2020/view/ (Pristupljeno: 05.02.2022.)
- Rimal, R.N.; Lapinski, M.K. (2015): A re-explication of social norms, ten years later. Commun. Theory, 25, 393–409.
- Sages, R. A., & Grable, J. E. (2008): A Test of the Theory of Self-Esteem: A Consumer Behavior Perspective
- Savitha, S, Sathyanarayan, K. (2014): Taxonomy of Luxury Brand Value. Research Explorer, (III/8), January – June, 86.
- Solomon, M. R. (1994): Consumer Behavior-Buying, Having, and Being. Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.
- Statista (2021): Global digital population as of January 2021. https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/ (Pristupljeno: 04.02.2022.)
- Statista (2021): Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users. https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (Pristupljeno: 04.02.2022.)
- Tussyadiah, I. P., Kausar, D. R., and Soesilo, P. K. (2015). The effect of Enagagement in online social network on susceptibility to Influence. Journal of Hospitality & Tourism Research, XX (X), 1-23.
- Venkatesan, M. (1966): Experimental study of consumer behaviour, conformity and independence, Journal of Marketing Research, 3(4), 384-387.
- Wilcox, K., Kim, H. M., & Sen, S. (2009). Why do consumers buy counterfeit luxury brands? Journal of Marketing Research, 46(2), 247-259.

Radoslav Baltezarević*

UDC 659.113.25
316.77:004.773
658.62:005.336.3-021.471
DOI: 10.5937/MegRev2201177B
Review scientific article
Received 07.02.2022.
Approved 18.03.2022.

THE ROLE OF NORMATIVE CONFORMISM IN THE DIGITAL ENVIRONMENT IN CREATING CONSUMER ATTITUDES TOWARDS LUXURY BRANDS

Summary: *The digital environment is increasingly becoming the first place where consumers will seek information about luxury products and services in the purchasing decision-making process. Attitudes of the reference group usually play the biggest role in creating consumer attitudes in real world towards luxury brands. However, in collectivist societies, social norms and expectations of society can lead to conformist behavior of individuals in order not to be excluded from the social community. Conformist behavior and adoption of attitudes towards luxury brands can be motivated by the desire of an individual to present themselves as a member of a higher social status, to which they do not otherwise belong, or to stand out from representatives of their own status group by using such brands. Normative conformism is also present in the digital environment. Users of social networks often blindly imitate and adopt the views of the creators of public opinion. Micro and macro influencers are perceived as credible sources of information, which are mostly unreservedly trusted. However, their luxury brand recommendations are often commissioned by the companies that produce them, so the credibility of their recommendations is often questioned.*

Keywords: *Normative conformism, Digital environment, Consumer behavior, Luxury brands*

Nina B. Lalević*

UDK 658.8:004
658.8:316.776

DOI: 10.5937/MegRev2201189L
Pregledni naučni članak
Primljen 28.04.2021.
Odobren 01.05.2021.

NOVI VIDOVI MARKETINGA U ERI DIGITALNIH KOMUNIKACIJA

Sažetak: *Marketinške metode tradicionalno podrazumevaju primenu znanja i tehnika primenjene psihologije. U digitalnoj eri komunikacija, marketing je sve više „neuro" karaktera, u prvom redu zbog korišćenja medicinsko-psiholoških metoda kao što su EEG, fMRI, PET, Eye tracking, Facial coding, GSR, BVP, fNIRS, poligraf, TMS, Indoor GPS. Bazično, marketing se i dalje zasniva na proceni i predikciji donošenja odluka kupaca i konzumenata, ali sada posrednim metodama na svesnom i neposrednim metodama na podpražnom nivou, a sve to kako bi se bliže utvrdile preferencije te kupovni izbori potrošača koji se realno beleže u praksi. Velike industrije (prehrambena, FMCG, automobilska, mobila/telekomunikaciona, modna) ulažu značajna finansijko-logistička sredstva kako bi pronikle u želje i težnje postojećih i potencijalnih korisnika i time održale profit i poziciju brenda na tržištu. Pomeranje marketinga na platforme društvenih mreža drastično je promenilo strategije poznatih, globalnih kompanija te se tek mogu očekivati rezultati novog pristupa komunikacije s klijentom koji je sve više uključen u način obraćanja kompanije javnosti. Takođe, trend „obrnutog nametanja" marketinškog stila (od potrošača ka kompaniji) sve je izraženiji čime posledično dolazi i do korekcija cena proizvoda, kao i nabavljanja sirovina i materijala za izradu. Slično tome, određeni deo potrošača je sve zainteresovaniji za ekološku osvešćenost industrija, što podrazumeva informisanje o najboljim praksama kompanija i odluku da se proizvod određene kompanije (ne)kupi. Isti princip odnosi se i na sektor usluga (npr. u sasvim drugačijem položaju je prevoznik koji poseduje CNG vozila). Za to vreme, reklama kao najprominentniji aspekt marketinga, u digitalnoj eri biva izložena direktnim komentarima, kritikama, čak i bojkotu od strane krajnjih korisnika, a neretko zbog toga kompanije moraju angažovati PR „mašineruju" kako bi neutralisale problem. Nove forme marketinga podrazumevaju suptilnija, ali i očigledna istupanja u medijima i na tržištu pa se i danas mogu sresti agresivne kampanje nekih kompanija koje više podsećaju na propagandu nego na klasičan advertajzing. Tako se kompanije dele prema marketinškom pristupu – na inbound ili outbound, tj. push ili pull marketing (što zavisi i od prirode delatnosti). Ipak, još uvek se nije iskristalisala dilema da li kompanije zaista otvaraju pristup potrošačima koji učestvuju u kreiranju kampanja (pa i orijentaciji u odgovornom poslovanju), ili je*

* Master psiholog, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu; ninalalevic3@gmail.com

reč o strategiji prividnog uticaja koji zapravo predstavlja „dobar marketing" kompanije. U ovom radu bavimo se trendovima u digitalnim komunikacijama i društvenim promenama izazvanim ubrzanom informatizacijom proizvodnje, plasiranja proizvoda i ideje, i njihove prodaje.

Ključne reči: *digitalne komunikacije, neuromarketing, PR, marketinška projekcija profita, platforme društvenih mreža*

1. Kratak osvrt na korene komunikacije s drugima

Marketing i odnosi s javnošću (*public relations*, *PR*) spadaju u najfrekventnije reči našeg vremena. Njima se označavaju ideje, procesi i radnje koje obuhvataju najširi spektar socijalnih aktivnosti – od preduzeća, ustanova, agencija, političkih i drugih asocijacija koje akterima, korisnicima, klijentima, kupcima i pristalicama plasiraju ne samo proizvode već i ideje, pogled na svet. Stoga se i tržište mora shvatiti u najširem značenju – osim roba i usluga, ono mora obuhvatiti i tržište ideja, izborne i druge javne podrške. Dobro poznavanje korisnika, klijenata ili kupaca već čitav vek uslovljeno je dubljim istraživanjem ponašanja ljudi, ali i psihosocijalnih činilaca koji dolaze iz okruženja i utiču na ukuse, navike, preferencije i sistem vrednosti. Ubrzani razvoj informatičkog društva i digitalizacija društvenih odnosa dodatno su uticali na smer istraživanja u društvenim naukama, upućujući ih sve više na alate, saznanja i metode niza srodnih i nesrodnih nauka – od ekonomije i matematike, preko sociologije i psihologije, do filozofije i lingvistike.

U skladu s tim se postavlja i pitanje: da li je Edvard Bernejz otac modernog ili prevaziđenog marketinga? Bernejz se smatra ocem PR-a, potpomognutog snažnom vizuelnom reklamom i provokativnim sloganima, koji se i danas oblikuju na način i prema potrebama „konzumera", koje on ni sam kod sebe ne prepoznaje. Svaki mag marketinga zna da je potrebno prodreti do nesvesnih motiva (pa i nagona) potrošača, iako se u modernoj eri to čini na posredan, *neočigledan* način. Oduvek kontroverzne, kasnije prezrene psihoanalitičke ideje Sigmunda Frojda i „njegovog nećaka" (E. Bernejza) nesumnjivo su temelj modernog marketinga i večni pečat odnosa s javnošću.

Naime, Bernejza je 1929. angažovala American Tobacco Company (danas deo korporacije British American Tobacco) kako bi se proširila prodaja (konkretno, za brend Lucky Strike), a Bernejz je maestralno osmislio da manekenke drže zapaljene cigarete na javnom prostoru (Held, 2009).

U čemu se krije specifičnost tog tradicionalnog, *old school* pristupa? U prvom redu, posebnost se odlikuje u jednostavnosti. Sve PR poruke treba da budu jednostavne, brzo i lako razumljive, čak i kada je u njima sadržana logička zamka. Uzmimo za primer čuveni slogan kompanije „Najk" (Nike), *Just do it* – niko

ne zna sa sigurnošću šta tačno treba *samo da uradi*, ali je svakome manje-više jasno da ovaj slogan poziva na akciju, odlučnost i samouverenost. S druge strane, propale kampanje uglavnom su nejasne ili uvredljive; odbačena i omražena Fordova reklama u kojoj su modeli tri vezane i „gepekovane" žene pojavila se u najpogrešnijem mogućem trenutku – onda kada je *#MeToo* pokret na društvenim mrežama imao zamah, i naravno, PR tim morao je da izda izvinjenje, a reklama je povučena (Lally, 2020).

Marketing, oglašavanje i PR baziraju se na persuazivnosti – moći ubeđivanja nekoga da (uglavnom) nešto kupi. Tako je Bernejz naveo američku javnost da veruje da je nezdravi doručak zdrav, a da ona toga nije bila ni svesna. O efektima jednom zacrtanog uverenja najbolje svedoči činjenica da i danas određeni deo stanovništva smatra da je slanina zdrava za doručak. Sve to se oslanja na tendenciju ka monetarizaciji i simplifikaciju poruke i konteksta. Reklama je upečatljiva, *prosta* i podstiče („tera") na posedovanje proizvoda. Poznato je da većina kupljenih proizvoda ne zadovoljava primarne, pa ni bilo kakve druge potrebe uopšte. Kupuju se šansa, status, samopouzdanje, uteha, sigurnost, nada, zabava.

PR aktivnosti neodvojive su od političke propagande, lobiranja i *fundraising*-a, i u okviru ovih oblasti postoji visoki rizik od pogrešne komunikacije zbog prirodne osetljivosti tema koje su obuhvaćene, a uz to, ono što propagandu odvaja od drugih oblika komunikacije jeste upadljiva simplifikovanost poruke koja je usmeravajućeg karaktera prema recipijentu, i obično nije bazirana na istini (Baines i O'Shaughnessy, 2014). Toliko o opštem okviru marketinga i komunikacija, tj. tradicionalnog pristupa koji predstavlja osnovu digitalnog marketinga.

2. Digitalne komunikacije i moderni marketing

Digitalni marketing je, razvojem interneta, što podrazumeva dostupnost i stepen naprednosti veb pretrage, funkcionalnost i dizajn kompanijskih sajtova za potrošače i zastupljenost recenzijskih blogova, postao dominantna alternativa u oglašavanju za veliki broj kompanija. Na neki način, trend vremena vrši pritisak na kompanije da pređu na onlajn komunikaciju (*online*). Digitalni marketing je najširi pojam kojim se obuhvata internet (klasični veb sajtovi i sl.), elektronski (*CRM* i *PRM* sistemi) i mobilni (baze podataka i notifikacije) marketing, kao i marketinške aktivnosti preko digitalnog radija i televizije (Rakić i Rakić, 2015).

Dakle, stejkholderi su isti, pristup nešto drugačiji, a platforma nova. Suštinski, digitalni marketing je, u odnosu na tradicionalni, promenjen u pravcu veće involviranosti u (stvarno) razumevanje potreba potrošača i investiranja u njihovo pojedinačno zadovoljavanje. Tako, za razliku od tradicionalnog (transakcionog) marketinga koji „nameće", moderni (koji je pomeren na virtuelni okvir) razvija interakciju s potrošačem i „pita ga za mišljenje", pa su lojalni kupci nekada i zvanični ambasadori brenda.

Društvene mreže su poseban fenomen u okviru sveopšte digitalizacije i informatizacije društvenih odnosa. Naime, nekada su komentari za kompanije bili manje-više bezazleni – sada, oni mogu biti pogubni jer „kritična masa" nezadovoljnih korisnika može navesti potencijalne na odustajanje od potraživanja usluge. Na društvenim mrežama najzastupljenije je „spontano" komentarisanje proizvoda pa *WOMM* (marketing *od usta do usta*) i *viralni* marketing koji se zasniva na *like–share* principu predstavljaju tehnike kojima kompanije s modernim pristupom pribegavaju. Integrisani pristup oglašavanja podrazumeva kombinovanu zastupljenost u tradicionalnim medijima (npr. televizija) i digitalnim (npr. kompanijski blog). Da tradicionalni mediji nisu prevaziđeni, svedoči činjenica da se npr. banke i dalje kontinuirano oglašavaju u nedeljnicima koji ne pokrivaju striktno finansijske teme. Slično važi i za osiguravajuće kuće.

Upravo *ambijent* za plasman proizvoda na tržištu predstavlja stratešku odrednicu u digitalnom marketingu, te je ključno kreiranje adaptibilnog sajta ili aplikacije, posebno kod usluge, kako bi korisnici mogli da istražuju kroz virtuelnu turu, poručuju i prate dostupnost i isporuku; u suprotnom, nije lako kupovati pa time i prodaja opada (Rakić & Rakić, 2015). To je važno onda kada je usluga „apstraktna".

Današnji marketing sve više se oslanja na matematiku, popularni termini su *analitika*, *metrika*, *content management software* i *data tracking*, a sve u cilju maksimizovanja rezultata, što se može prikazati i kroz udeo marketinga u generisanom ROI kapitalu. Rakić i Rakić (2015) postavljaju 5 osnova integrisanih marketinških komunikacija koje su danas zastupljene, odnosno predstavljaju trenutni stadijum u razvoju marketinga: integrisani mediji, načini komunikacija, pristup mogućnostima komunikacija, akteri i sadržaj. Upravo kreiranje vrednosti za potrošače jeste ključno u tržišnoj utakmici. Takođe, *content marketing* vodi „vezivanju za brend", što je za kompanije od presudnog značaja. Isti autori pored odnosa s klijentima, potencijalnim kupcima, dobavljačima i ostalima u lancu snabdevanja, ističu i odnos kompanije sa univerzitetima i obrazovnom zajednicom i vladom – *B2U* i *B2G*. Ni u tim slučajevima marketinška strategija nije ništa manje važna, a u zavisnosti od toga kako se kompanija pozicionira na tržištu i time kotira kod *U* i *G*, zavisi i broj i ozbiljnost poslova koje će sklopiti.

Kombinovanje masovne proizvodnje s prilagođavanjem pojedinačnom kupcu takođe je deo integrisanog pristupa komunikacijama i prodaji, kao i aktivna uloga kupaca u inoviranju budućih modela proizvoda ili sistema usluge; i personalizacija ponude i kastomerizacija deo su digitalnog otvaranja prema potrošačima, pa je sada na sceni *prozjumerizam* – kupac i proizvodi i konzumira, a kontekstualizacija ponude na osnovu varijabilnih faktora i dostupnog profila potrošača optimizuje prodaju, a u zavisnosti od toga kome se obraćaju, kompanije preferiraju oglase ili članke, pa je tako za *B2C* relaciju klasičan advertajzing, a za *B2B* PR pristup, mada ne nužno (Rakić i Rakić, 2015). U tome bi npr. bila razlika između banera i članka.

Komunikacija kompanija s klijentima preko platformi društvenih mreža ili bloga zasniva se na poverenju koje klijent oseća, kao i na prisutnosti kompanije u virtuelnom prostoru, što podrazumeva stalnu dostupnost i ažurnost u odgovaranju na pitanja i nedoumice klijenta (Colton i Poploski, 2019). Kompanije koje se često oglašavaju na blogovima (participatorni mediji) i imaju živu interakciju s korisnicima, doživljavaju se kao one koje imaju konverzacijski glas i time dobijaju „ljudski lik", čime su korisnici zadovoljni (Kelleher, 2009). Preko istih kanala komunikacije radi se i na imidžu, a *dopadljivost* kompanije profiliše se objavama o humanitarnim akcijama, donacijama i društveno odgovornim potezima kompanije, pa se tako preko 40 procenata sadržaja blogova odnosi na kredibilitet kompanije (Colton i Poploski, 2019).

Za *B2B* komunikaciju važno je isticanje komparativne prednosti, tj. odlika koje kompaniju čine tržišno konkurentnom i upravo ovo predstavlja preduslov marketinške komunikacije[1] koja se povezuje s *customer experience* podacima, a sve u cilju unapređenja usluge ili proizvoda (Povolna, 2017). Povezano s tim je i definisanje vrednosti kompanije koje se komunicira kako interno, tako i eksterno, danas u digitalnom prostoru, i to u sve većem broju privrednih grana – finansije, profesionalne usluge, mediji (Povolna, 2017). Na tom tragu je i viđenje PR-a kao kontinualne, a ne kao zasebne funkcije u organizaciji, te se stoga za istraživanje u oblasti PR-a predlaže obuhvatni pristup, za razliku od posmatranja PR-a kao dominantno *bajasovane* komunikacije ili npr. transakcione komunikacije (Edwards, 2012). Takođe, tu se postavlja i drugo važno pitanje PR-a: da li je PR praktičar zadužen za aktivno učešće u komunikaciji ili samo prenosi gotove poruke, kao i da li je PR proizvod organizacije ili deo društvenog konteksta (Edwards, 2012).

Da PR i marketinške komunikacije nisu jednostavan posao, svedoči i podatak da obrazovne ustanove koje se bave marketingom sve teže pripremaju kurikulume kako bi bili usklađeni sa zahtevima privrede, pa se tako kao prelazno rešenje koriste kursevi na osnovu kojih se dobijaju sertifikati iz oblasti digitalnog marketinga, što se kasnije uvodi kao kredencijal u ocenjivanju (Laverie, Humphrey, Manis i Freberg, 2020). I „obrnuta učionica" (*flipped classroom*), tj. didaktički koncept koji podrazumeva pripremu i usvajanje materijala pre samog predavanja, primenjuje se u programu studija marketinga, primarno kroz audiovizuelne sadržaje i podsticanje aktivnog učešća u učenju, s tim da su mnoga tehnička pitanja ovog koncepta i dalje otvorena (Green, 2015). Obrnuta učionica potvrda je specifičnosti marketing i PR studija, koje se ne mogu svrstati u

[1] U skladu s odlukom 7 Odbora za standardizaciju srpskog jezika, koja preporučuje upotrebu domaćih termina i izraza umesto stranih (najčešće engleskih) gde god je to moguće, u ovom radu izbegavamo sintagme poput *marketing komunikacija*, *marketing miks* ili *promotivni miks*, opredeljujući se za rešenja u skladu s pravilima tvorbe srpskog jezika: marketinška komunikacija, marketinški splet, promotivni splet. Kako je i naglašeno u spomenutoj odluci, "jasnoća izraza plaća se njegovom većom dužinom – ali smatramo da ta cena nije previsoka" (Srpski jezik u normativnom ogledalu, Beograd, 2006, str. 101).

klasične društvene nauke, primarno zbog toga što je srž ovih grana praksa, tj. neposredni kontakt sa zainteresovanim stranama, o čemu se ne može učiti na tradicionalno teorijski način i *ex cathedra*.

3. Primena neuronaučnih metoda u modernom marketingu

Neuromarketing je spona između visokog naučno-tehnološkog znanja i privrednih inovacija. Međutim, neuromarketing ne nudi savršena rešenja, jer se, kao i svaka nova oblast nauke, suočava s konceptualnim, metodološkim i implikacijskim teškoćama, te nije uvek jasno da li je određeni eksperiment bio uspešan i korektno sproveden, a pored toga, činjenica je da se veći deo radova iz ove oblasti i dalje publikuje u niže rangiranim časopisima (Lee, Chamberlain i Brandes, 2018).

U sferi digitalnih korporativnih komunikacija, metode neuromarketinga primenjuju se kod ocenjivanja i kritike proizvoda/usluge (*WOM*) i optimizacije aplikacija/sajta. Učinak neuromarketinga vidljiv je onda kada se otkriju informacije koje nije moguće verbalizovati ili koje su „izvan svesti" ispitanika, pa se tako merenjima beleže razlike u *PFC* (prefrontalni korteks) aktivnosti kao reakcija na etiketu brenda, mereno *fNIRS* (funkcionalna skoro infracrvena spektroskopija) tehnikom (Meyerding i Mehlhose, 2020). „Snimanje mozga" primenjuje se i za potrebe automobilske industrije, a uočen je efekat ukotvljavanja gde se relativna nepopularnost vozila ruske proizvodnje objašnjava donošenjem odluke o nekupovini na osnovu nekoliko negativnih informacija bez težnje da se u obzir uzmu nove, dostupne (Plakhin, Semenets, Ogorodnikova i Khudanina, 2018).

Isti autori (Plakhin et al., 2018) ističu da je npr. Hyundai testirao prototip EEG-om i posledično korigovao dizajn eksterijera vozila, što svakako utiče na profit od novog modela. Dakle, neuromarketing omogućava bolje zadovoljavanje emocionalnih potreba kupca, predikciju prometa, adekvatniju izradu ambalaže, poboljšanje *trade* marketinga, familijarnost brenda (Hapencivc, Stanciv i Bejinaru, 2019).

Brendiranje je povremeno sinonim za kampanju jedne kompanije, odnosno promocije novog proizvoda ili usluge. Digitalne komunikacije i neposredno učešće nauke u industriji doveli su i do razvijanja *consumer neuroscience* gde je neuromarketing definitivno najatraktivniji i najintrigantniji. Neki od interesantnih i vrednih nalaza tiču se potvrđivanja heuristika koji je vezan za to da se ne beleži ista moždana aktivnost kada je ispitaniku (ne)poznat brend konzumiranog proizvoda, ali je pokazano i da nisu svi podjednako podložni marketinškim manipulacijama, kao i da je moguće predikovati uspešnost novog filma ili muzičkog albuma, što je u vezi sa oblastima primene neuromarketinga – određivanje cene, dizajniranje ambalaže, korekcije sadržaja reklame i sajta, a što je od enormnog značaja za kompanije koje posluju globalno (Harrell, 2019).

Neke od najvećih svetski poznatih kompanija prigrlile su neuromarketing (PayPal, Campbell's Soup), a Amazon i „Netfliks" (Netflix) sprovode i sopstvena istraživanja ovog tipa, dok je npr. „Čitos" (Cheetos) neuromarketingom zaključio da se i fokus, a ne samo test grupi dopada nova reklama, što se klasičnim upitničkim pristupom nije moglo opservirati (Kant, 2020). Nažalost, rezultati nisu jednoznačni, pa tako istraživači nisu uspeli da potvrde postojanje fenomena koji se odnosi na preferiranje pepsija (Pepsi) u poređenju s koka-kolom (Coca Cola) i srodnim napicima onda kada ispitanicima nije predočen brend ili etiketa vidljiva (van Doorn i Miloyan, 2018), iako je on jedan od protoprimera efikasnosti „dobrog marketinga".

4. Brend – etiketa ili jedini način opstanka?

Najpoznatiji svetski brendovi ulažu najviše novca u oglašavanje. U kozmetičkoj industriji, konzorcijum „Prokter i Gembel" (Procter & Gamble) ima udeo od 53% ulaganja u reklamiranje, a jedan je od vodećih i neprikosnovenih po profitu (De Luce, 2019). Godišnje se na tržište plasira oko 30.000 novih proizvoda, od čega se 28.500 povuče iste godine (Kant, 2020). Problem je u tome što ti proizvodi nikada ne postanu brend. Šta je to što odvaja proizvod od brenda? Nije samo „pakovanje", ime i reklama, koja je moderna i „skupa", već se radi o *priči* koja se krije iza. Naime, brendovi pobuđuju emocionalnu reakciju i ljudi su za njih vezani, doživljavaju ih kao deo selfa. Pored toga, ljudi se dele i pozicioniraju na osnovu brendova kojima su verni. Brend je simbol, garant kvaliteta i doživljava se kao investicija, a ne trošak. Takođe, brend se pamti i lakše je prizvati sećanje na brend – logotip, slogan, boje ili protagonisti. Uz to, često se brend asocira i s ličnim važnim životnim događajima. Sve to možemo podvesti pod vrednost brenda (*brend equity*) samog po sebi koji se značajnim delom oslanja i na lojalnost kupaca i potencijal ekspanzije.

Forbsovu listu najvrednijih (čitaj, „najskupljih") brendova na top 10 (od 100) mesta čini 6 kompanija iz tehnološke industrije, a čak 5 njih zauzima vodeće pozicije (Swant, 2020). Brend mora da raste, kroz ekstenzije ili širenje na drugu kategoriju (npr. „Bulgari" (Bvlgari) koji je prešao i na poslovanje u hotelskoj industriji), dok sama arhitektura brenda zavisi od politike kompanije – da li je strateški bolje staviti fokus na krovni brend (Samsung kao primer) ili na svaki izvedeni ponaosob („Lafarž Agilia" – Lafarge Agilia) ili kombinovano, što se najvećim delom odnosi na ime proizvoda i upečatljivost logotipa, što pripada *vidljivosti* brenda (npr. „Evijan" (Evian) na poleđini boce ima diskretan Danone logotip, dok je kod njihovih brendova nižeg ranga on upadljiv), a sve ovo zavisi od kuće pod čijim vlasništvom je brend, kao i njenog portfolia – npr. da li je profilisana kao holding ili *multi-product* brend (Kapferer, 2008).

Međutim, ono što je kod reklamiranja *regularnih* i *premium* brendova uspešno, kod luksuznih brendova predstavlja promašaj, a dobar primer za to

je Jaguar, koji je, kako bi dostigao kritičnu veličinu, izgubio na profitu, upravo usled neadekvatnog marketinškog pristupa, a još jedna greška u zaključivanju tiče se poistovećivanja luksuznosti s profitabilnošću, npr. Zara je pristupačna robna marka koja je veoma profitabilna (Kapferer i Bastien, 2017).

Uz to, potrebna je i diferencijacija od tzv. *trading up* brendova (npr. Belvedre vodka) koji ne ispunjavaju uslove za kategoriju „luksuzni" brend, a u slučaju luksuznih izostaje i *pozicioniranje* u odnosu na konkurenciju, obično imaju neku „manu" („Patek Filip" (Patek Philippe) sat godišnje kasni oko 2 minuta), ne usavršavaju se (mirisna nota parfema „Opijum" (Opium) od početka je ista), nepristupačni su (lista čekanja za Mikimoto bisere je oko 2 godine), ne udovoljavaju željama klijenata (BMW ne menja dužinu prostora zadnjih sedišta) – dakle, sve se radi obrnuto u odnosu na klasične, dostupne brendova (Kapferer i Bastien, 2017).

5. Digitalno ispitivanje potrošačkih navika

Potrebe određuju odluku o započinjanju procesa kupovine (Babin i Harris, 2012), a u istom procesu važne i su i *prilike za kupovinu*. One se obično vezuju za faktor vremena, tj. koliko raspoloživih minuta kupac ima za brzu analizu proizvoda i za plaćanje. Ali, osim potrebe, mora postojati i *želja* za posedovanjem proizvoda, a prvi korak pri kupovini je namera da se proizvod kupi (Babin i Harris, 2012), što ne treba odvajati od spontane kupovine jer i u okviru nje postoji određena potreba za proizvodom. Danas je Fejsbuk čvorište za istraživanje potreba i zadovoljstva potrošača, a sve to se realizuje na osnovu profila koje popunjavaju sami korisnici društvene mreže koji imaju otvoren nalog i koji su *fanovi* određenog brenda (Rakić i Rakić, 2015).

Ukoliko je kupovina značajna i predstavlja veliku investiciju, odnosno sa sobom nosi izvesni stepen *rizika*, informisanje o proizvodu i istaživanje mogućnosti biće izraženije i to je u vezi s načinom na koji se proizvod reklamira, tj. kakav mu je marketinški splet koji se odnosi setovanje cene, distribucije..., kao i na etičnost, a takođe, nije neobično da kompanije svoj brend predstavlju kao „neprikosnoven", dakle da preuveličavaju njegove performanse, ali nakon određene granice takva praksa prerasta u obmanjivanje, a slično tome, plasman i prodaja *manjkavih* proizvoda je ileglana, dok je *planirana zastarelost* isto veoma problematična (Babin i Harris, 2012). Sve to dovodi do nepoverenja prema brendu i rezigniranosti, što značajno utiče na reputaciju i konsekventno, na prodaju.

Primetimo da je digitalizacija procesa na specifičan način marketing odvela ka *Kaizen* principu. Naime, sada svi učestvuju u marketingu, bilo kao „komentatori" kvaliteta i cene proizvoda, „kritičari" uslužnosti i ljubaznosti, ispitanici u formalnom testiranju ili kao deo amorfne fokus grupe koja prostom posetom stranice i *prihvatanjem kolačića* pomaže agencijama da predikuju krajnju uspešnost kampanje i atraktivnost proizvoda. Ipak, jedan od problema metrike leži u

„sindromu knjige utisaka". U analognoj eri, većina butika, pekara, menjačnica itd. postavljala je na pult Knjigu utisaka, koju je međutim, popunjavao relativno mali broj korisnika, i to uglavnom onih zadovoljnih. Isti fenomen nalazimo u *cloud* svetu (s tim da je ovde učestalost negativnih komentara viša), a teškoća za analizu krije se u zastupljenosti ograničenog broja korisnika koji ostavljaju komentare, onih koji ponavljaju komentare ili koji imaju praksu komentarisanja te nisu reper za tipično ponašanje potrošača. Uz to, neostavljanje komentara ili ocene ne implicira da je korisnik nezadovoljan. Njegovo zadovoljstvo uslugom može se računati brojem povrataka i novih kupovina, ali ukoliko se radi o plaćanju gotovinom, to komplikuje praćenje.

Jasno je da potrošači zadovoljavaju i hedonističke potrebe (možda i češće nego osnovne, utilitarne) kupovinom, pa se u skladu s tim stvaraju i *veštačke potrebe*, koje kompanije prevashodno kreiraju marketing metodama (posebno je danas u digitalnom svetu to doživelo eksploziju), a koje su podjednako etički diskutabilne, i zato je, između ostalog, važna društvena odgovornost u poslovanju – jedan od pozitivnih primera su „Ben i Džeris" (Ben & Jerry's) sladoledi (Babin i Harris, 2012).

Kraudsorsing, *influenseri*, advokati brenda, avatari, poznate ličnosti u reklamama, *lidovi* i potencijalni korisnici – pojmovi za pojave u marketingu, virtuelna umesto opipljive „pijace", kompleksne statističke metode i nepregledno polje akronima i skraćenica. Marketing se i uz najbolji produkt uvek zasniva na iluziji. Uvidom u relevantu literaturu možemo zaključiti samo jedno: potrebe ljudi su slične, a kada dođe do zasićenosti jednim pristupom njihovog zadovoljavanja, rodi se neki novi. Samim tim, marketing je neophodan svakom proizvodu, usluzi i ideji, a koliko god da je manifestno promenjen, u osnovi nije drugačiji.

Zaključna ocena

Marketing će uskoro možda biti potpuno digitalan i targetirati korisnike zasebno na bazi utvrđenih navika i transakcija, čime se ukidaju mnogi nekadašnji izazovi, s tim da će doći do nastanka novih, kao npr. nedovoljno preciznog „pogađanja" preferencija ili nemogućnosti daljeg preciznog zadovoljavanja potreba pojedinca, društvenih grupa i zajednice, na čije formiranje i ispunjenje utiče niz složenih unutrašnjih snaga i spoljnih okolnosti.

Oglašavanje i marketinška strategija predstavljaju osnovni deo biznis plana korporacija i drugih pružaoca usluga. Istraživači se kontinuirano bave načinima na koje je moguće optimizovati i unaprediti efikasnost marketinške prakse kako bi kompanije ostvarile očekivanu dobit, stabilizovale ili unapredile svoj ugled po osnovu oglašavanja i kampanja. Određenim studijama se, putem ispitivanja cerebralne aktivnosti i fizioloških parametra, insistira na potrebi za pažljivim odabirom boja i nijansi, veličine sloga i trajanja reklamnog spota, dok se drugim

akcenat stavlja na sadržaj poruke i određivanje i pozicioniranje cene proizvoda, iako je u modernom marketingu dominantan sveobuhvatni pristup.

Na osnovu prikazanih rezultata istraživanja, uočljivo je da neuronauke u pojedinim prilikama daju već poznate odgovore, ali i da nekada značajno mogu pomoći kompanijama i organizacijama da kreiraju linije novih proizvoda, usluga ili ideja u pravcu preferencija korisnika. U sličnom maniru, PR konsultanti pomažu kompanijama i institucijama da saopštenja oblikuju razumljivo, nedvosmisleno i umereno. Ne čudi da velike i poznate kompanije čak i nekoliko puta godišnje, a u doba digitalnih komunikacija i samostalno na dnevnom nivou, sprovode istraživanja trendova u popularnosti, snazi i vitalnosti svojih brendova.

U vezi s tim je i praćenje potrošačkih navika, potreba i ponašanja potrošača. Mnoge kompanije i asocijacije mogu zahvaliti nauci i marketingu na svom uspehu. Podrazumeva se da na stopu prodaje proizvoda utiče splet faktora, poput kvaliteta i cene, ali poznato je da bez kreativnog rešenja i reklame ni najbolji proizvod ne može doseći željene visine u neprekidnoj utakmici roba, usluga i ideja.

Literatura:

- Babin B. J., Harris, E. G. (2012): Ponašanje potrošača, Data Status, Beograd.
- Baines P. R., O'Shaughnessy N. J. (2014): "Political Marketing and Propaganda: Uses, Abuses, Misuses", Journal of Political Marketing, 13, 1/2, 1–18.
- Colton D. A., Poploski S. P. (2019): "A Content Analysis of Corporate Blogs to Identify Communications Strategies, Objectives and Dimensions of Credibility", Journal of Promotion Management, 25, 4, 609–630.
- De Luce I.:"10 companies that spent more than $1 billion in ads so you'd buy their products", Insider 2019, https://www.businessinsider.com/10-biggest-advertising-spenders-in-the-us-2015-7 (21.6.2021.).
- Edwards L. (2012): "Defining the „Object" of public relations research: A new standing point", Public Relations Inquiry, 1, 1, 7–30.
- Green T. (2015): "Flipped Classrooms: An Agenda for Innovative Marketing Education in the Digital Era", Marketing Education Review, 25, 3.
- Hapencivc C. V., Stanciv P., Bejinaru R. (2019): "Business Neuromarketing Strategies in the Knowledge Economy", 179-191, in: Constantin Bratianu et al. (eds.): Upscaling Digital Transformation in Business and Economics, Strategica.
- Harrell E.: "Neuromarketing: What You Need to Know (A report on the state of the art)", Harvard Business Review 2019, https://hbr.org/2019/01/neuromarketing-what-you-need-to-know (21.6.2021.).
- Held L.: "Psychoanalysis shapes consumer culture (Or how Sigmund Freud, his nephew and a box of cigars forever changed American marke-

ting)", Monitor on Psychology 2009, 40, 11, 32, https://www.apa.org/monitor/2009/12/consumer (21.6.2021.).

- Kant R.: "NeuroMarketing: Reality or Illusion" [Web log post 2020], https://www.linkedin.com/pulse/neuromarketing-reality-illusion-ravi-kant (21.6.2021.).
- Kapferer J. N. (2008): The New Strategic Brand Management: Creating and sustaining brand equity long term, Kogan Page, London.
- Kapferer J., Bastien, V. (2017): "The specificity of Luxury Management: Turning Marketing Upside Down", in: Jean-Noel Kapferer et al. (eds.), "Advances in Luxury Brand Management", Journal of Brand Management: Advanced Collections.
- Kelleher T. (2009): "Conversational Voice, Communicated Commitment, and Public Relations Outcome in Interactive Online Communication", Journal of Communication, 59, 172–188.
- Lally M.: "20 of the Biggest Marketing Fails of All Times (and Why They sucked)", Business2Community 2020, https://www.business2community.com/marketing/20-of-the-biggest-marketing-fails-of-all-time-and-why-they-sucked-02287809 (21.6.2021.).
- Laverie D. et al. (2020): "The digital era has changed marketing: A guide to using industry certifications and exploration of student perceptions of effectiveness", Marketing Education Review, 30, 1, 57–80.
- Lee N., Chamberlain L., Brandes L. (2018): "Welcome to the jungle! The neuromarketing literature through the eyes of a newcomer", European Journal of Marketing, 52, 1-2, 4–38.
- Meyerding S. G. H., Mehlhose C. M. (2020): "Can Neuromarketing Add Value to the Traditional Marketing Research? An Exemplary Experiment with Functional Near-Infrared Spectroscopy (fNIRS)", Journal of Business Research, 107, 172–185.
- Mimica A., Bogdanović M. (prir.) (2007): Sociološki rečnik, Zavod za udžbenike, Beograd.
- Plakhin A. et al. (2018): "New directions in the development of neuromarketing and behavioral economics", MATEC Web of Conferences, 184.
- Povolna L. (2017): "Marketing Communications on B2B Markets", 278-285, in: 13th Annual International Bata Conference for Ph.D. Students and Young Researchers (DOKBAT).
- Rakić B., Rakić, M. (2015): Digitalni marketing: Integrisani pristup digitalnim marketinškim aktivnostima, Zavod za udžbnike, Beograd.
- Swant M.: "The World's Most Valuable Brands", Forbes 2020, https://www.forbes.com/the-worlds-most-valuable-brands/#135844fb119c (21.6.2021.).
- Van Doorn G., Miloyan B. (2018): "The Pepsi Paradox: A review", Food Quality and Preference, 65, 194–197.

Nina B. Lalević

UDC 658.8:004
658.8:316.776

DOI: 10.5937/MegRev2201189L
Review scientific article
Received 28.04.2021.
Approved 01.05.2021.

NEW FORMS OF MARKETING IN THE DIGITAL COMMUNICATION ERA

Abstract: *Marketing methods traditionally include psychological knowledge. In the Era of digital communication, marketing gained a neuro character, mostly thanks to EEG, fMRI, PET, eye tracking, facial coding, GSR, BVP, fNIRS, polygraph, TMS, indoor GPS etc. Marketing is still an assessment and decision prediction but now both directly and indirectly so to determine shopping preferences. Big industries like FMCG, fashion, automotive and so on, invest significant amount of money to make shure they know the needs and wishes of customers and in order to keep brand profitable. Shifting marketing to social media drastically changed strategies of global companies that are yet to see the outcome of this new approach of consumer involvement in PR. Likewise, the trend of consumer setting the tone of marketing caused gradual price correction and fabric procurement. Also, some number of consumers is especially interested in company's ecological awareness which includes best practice policy and a decision (not) to buy. That implies both on product and service. At the same time, in digital era, commercial is now subdued to comments, criticism and even boycott. Therefore, it's not uncommon for companies to have to hire PR machinery in order to solve the problem. New forms of marketing are subtle which doesn't mean that aggressive campaigns are gone for good, the ones that look more like propaganda that advertising. That is the basic marketing differentiation – is company nurturing an inbound or outbound/push or pull strategy. However, the dilemma remains; are companies really opening up for consumers to participate in their marketing campaign or is it a strategy of illusory influence that in fact represents a good marketing. In this paper, we analyze digital communication trends and social changes caused by rapid informatization of production, product and idea placement and sales.*

Keywords: *digital communication, neuromarketing, PR, marketing profit projection, social media.*

Goran Nikolić*
Predrag Petrović**
Jelena Zvezdanović Lobanova***

UDK 339.5/.9(4-672EU:510)
327(4-672EU:510)

DOI: 10.5937/MegRev2201201N
Stručni članak
Primljen 23.02.2021.
Odobren 26.02.2021.

EKONOMSKI I GEOPOLITIČKI ASPEKT BILATERALNIH ODNOSA EU I KINE****

Sažetak: *Očekivan ekonomski rast EU27 i Kine do 2025. će voditi ka daljem povećanju učešća kineske privrede u svetskom BDP-u, te „prestizanja" evropske ekonomije u 2022. Glavni doprinos ovog rada je predstavljanje i analiza od strane MMF-a projektovanih veličina BDP-a za Kinu i EU27 u periodu 2020-25, te procena uticaja tendencija divergentnog rasta privrednih aktivnosti dva privredna giganta na dalji razvoj njihovih bilateralnih odnosa. Naime, budući da promene u globalnoj ekonomskoj poziciji uzrokuju geopolitičke konsekvence, jasno je da i samo očekivanje ovakvih trendova utiče na odluke političko-ekonomskih aktera danas (kao što je potpisivanje investicionog sporazuma Brisela i Pekinga, uprkos protivljenju Vašingtona). Odgovor EU na snažan rast uticaja Kine bi mogao biti pokušaj da se strateški izazov koji predstavlja Peking, ublaži sa kreiranjem snažnijeg transatlantskog partnerstva, ali nije izvesno da će Vašington biti spreman da ponudi bitnije ustupke Briselu. Alternativni scenario bi mogao podrazumevati jačanje „strateške autonomije" EU, što bi impliciralo pokušaj samostalnijeg geopolitičkog pozicioniranja, koji bi omogućio bolje odnose sa Kinom te olakšani pristup ogromnom tržištu te zemlje. EU, koja je najveći svetski trgovinski blok i najveći trgovinski partner čak 80 zemalja, će se teško pomiriti sa ulogom objekta u kinesko-američkom nadmetanju i pokušaće da ostvari sinergiju u odnosima sa obe sile.*

Ključne reči: *ekonomija, geopolitika, Kina, EU, BDP.*

* Viši naučni saradnik, Institut za evropske studije, Beograd; gorandrnikolic@gmail.com

** Viši naučni saradnik, Institut društvenih nauka, Beograd; ppetrovic@idn.org.rs

*** Naučna saradnica, Institut društvenih nauka, Beograd; jzvezdanovic@idn.org.rs

**** Rad je napisan u okviru Programa istraživanja Instituta za evropske studije za 2021. i u okviru Programa istraživanja Instituta društvenih nauka za 2021. godinu (koji su podržani od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS).

1. Uvod

Uprkos mnogim razlikama u političkim sistemima i vrednostima, Kina i EU razvile intenzivan skup interakcija na više nivoa, od političko-strateškog do ekonomskog[1]. I pored kooperacije, oličene u tek potpisanom investicionom sporazumu, izvesno je da se EU suočava sa rastućom geo-ekonomskom pretnjom od Kine. Na ozbiljnost izazova ukazuje i poziv EU upućenog SAD da iskoriste priliku „jednom u generaciji" za stvaranje novog globalnog saveza, pre svega radi odgovora na „strateški izazov" koji predstavlja Kina. „Revitalizacija transatlantskog partnerstva' bi involvirala pojačanu saradnju, te predlog upućen Vašingtonu predlaže se da se EU i SAD udruže u oblikovanju digitalnog regulatornog okruženja, uključujući usvajanje zajedničkih pristupa sprovođenju antitrusta i zaštiti podataka, saradnji na skriningu osetljivih stranih investicija i zajedničkom radu u borbi protiv pretnji poput sajber hakovanja, kao i zajednički rad na reformi Svetske trgovinske organizacije (STO). Navodi se da se EU i SAD slažu se oko strateškog izazova koji predstavlja navodno rastuća međunarodna asertivnost Kine, iako se dve strane ne slažu uvek oko najboljeg načina da se to reši. Predlaže se samit EU-SAD u prvoj polovini 2021. Međutim, postavlja se pitanje da li će dve ekonomije moći da premoste postojeće podele oko tehnološke politike. EU vidi potencijal za zajednički rad budući da dve strane dele probleme koje im predstavljaju kineske investicije u inovativne kompanije EU i SAD kao i potencijalne pretnje usled kineskih 5G tehnologija. Problem je da bi neki od predloga u zahtevali promene u američkoj politici, npr. sistem za rešavanje sporova STO bi trebalo obnoviti, što bi zahtevalo da Vašington prestane da blokira imenovanja sudija. Tačka sporenja je i to što vizija Brisela o pravima na zaštitu podataka, povećanoj konkurenciju u sektoru i reforma oporezivanja zahteva akciju protiv velikih američkih kompanija koje dominiraju tim sektorom. Iako će Bajden verovatno okončati većinu direktnih kaznenih mera protiv EU koje je uvela prethodna administracija, SAD će nametnuti direktne ili indirektne troškove EU ako se proceni da upotreba tih strateških instrumenata daje veće koristi nego pridržavanje multilateralizma.

Iako se problemi koje EU ima sa Kinom čine težim, bolji odnos sa SAD treba posmatrati i kroz ideološku prizmu i tzv. tradicionalno prijateljstvo. Pored ostalog, negativan uticaj na odnose Brisela i Pekinga ima ekstra-teritorijalna kontrola izvoza (od decembra 2020. Peking pažljivo nadgleda krajnje korisnike evropskog izvoza u treće zemlje i može tražiti od stranih kompanija da trguju na načine za koje Kina smatra da su u njenom nacionalnom interesu). Dodatno, postoji rizik od kaznenih carina (npr. Peking je zapretio da će nametnuti kaznene carine za nemačke automobile ako Berlin isključi Huavei iz ugovora o izgradnji svoje 5G infrastrukture), kao i ograničenja trgovine (na šta ukazuje primer nedavne akcije

[1] Christiansen, Thomas; Kirchner Emil; Wissenbach Uwe (2019). The European Union and China - Basingstoke: Red Globe Press, 2019. - xviii, 219 p.

Kine protiv Australije). Pored ovoga, u skorijoj budućnosti Peking bi mogao da koristi svoju izuzetno atraktivnu digitalnu valutu, koja bi mu mogla pružiti ogroman izvor informacija o ekonomskim transakcijama, omogućavajući mu postigne svoje ciljeve preko 'pretnje isključenjem' ili 'prinudnim prenosom podataka'.

Ipak, iako su evropske institucije i države članice generalno postale skeptičnije prema Kini, i dalje postoji nesklonost ka jačem sukobljavanju, pored ostalog i zbog toga što neke EU članice, poput Mađarske, imaju pojedinačno jake veze sa Pekingom, a sličan stav imaju i zemlje grupacije „17 + 1" koja uključuje i 12 država članica EU.[2] EU, koja je najveći svetski trgovinski blok i najveći trgovinski partner čak 80 zemalja, će se izvesno teško pomiriti sa ulogom objekta u kinesko-američkom nadmetanju koje bi eventualno vodilo ka bipolarnosti, i ostaće usredsređena na istraživanje sinergije sa obe sile.[3]

2. Šta donosi Investicioni sporazum EU i Kine?

Posle sedam godina i 35 rundi pregovora, a nepun mesec pre inauguracije novog američkog predsednika koji je nagovestio da želi da tešnje sarađuje sa EU, Peking je iznenada približio svoje pozicije briselskim, odnosno kinesko rukovodstvo ponudilo je nove značajne ustupke, koji su doveli do potpisivanja sveobuhvatnog investicionog sporazuma (Comprehensive Agreement on Investment - CAI). Kako navodi Detsch[4], ovome je svakako išlo u prilog i to da se nemačko predsedavanje EU upravo završilo poslednjeg dana 2020. te da CAI najviše ide u prilog nemačkim kompanijama (inače, razvijanje bilateralnih ekonomskih odnosa sa 'problematičnim' ekonomija EU, poput Grčke i Italije, ili pak davanje ustupaka Nemačkoj koja je tehnološki najnaprednija članica EU, čime se prave podele među zemljama EU, je stara i prilično uspešna praksa Pekinga). Nešto pre toga, Peking je pojačao napore da kreira alternativne međunarodne ekonomske ugovore koji takođe ne obuhvataju SAD, a to je rezultiralo u Regionalnom sveobuhvatnom ekonomskom partnerstvo (Regional Comprehensive Economic Partnership – RCEP), trgovinskom sporazumu koji je obuhvatio i 14 drugih azijsko-pacifičkih zemalja. Imajući u vidu da postojeći bilateralni spo-

[2] Fleming, Sam; Jim Brunsden and Michael Peel (2020). „EU proposes fresh alliance with US in face of China challenge". Financial Times, 29 November 2020. https://www.ft.com/content/e8e5cf90-7448-459e-8b9f-6f34f03ab77a

[3] Solana, Javier and Oscar Fernandez (2020). 'Averting a Cold War of Choice, Project Sindicate, Jun 18, 2020. https://www.project-syndicate.org/commentary/america-china-averting-cold-war-of-choice-by-javier-solana-and-oscar-fernandez-2020-06

[4] Detsch, Claudia (2021). First time China has accepted any regulation on workers' rights' ips-journal. 27.01.2021
https://www.ips-journal.eu/interviews/the-first-time-that-china-has-accepted-any-regulation-on-workers-rights-4936/?utm_campaign=en_857_20210129&utm_medium=email&utm_source=newsletter

razumi između Kine i zemalja EU nisu bili adekvatni da omoguće nesmetano investiranje između dve strane, potpisivanje CAI značajan je napredak u odnosu na trenutnu praksu.[5]

Spremnost EU da potpiše CAI sa Kinom korespondira sa pozicijom javnog mnjenja koje u demokratskim društvima u značajnoj meri oblikuje odluke kreatora politike. Naime, Evropljani sve više vide Kinu kao dominantnu ekonomsku silu. Čak 57% Italijana identifikuje Kinu kao vodeću ekonomiju, u poređenju sa 32% koji kažu isto za SAD. Slični obrasci prisutni su i u Nemačkoj, Belgiji, Holandiji i Španiji - gde je većina građana smatra Kinu kao dominantnu silu u svetskoj ekonomiji. U saglasju sa ovim je da je u prva tri kvartala 2020. trgovina između EU sa Kinom prestigla onu između EU i SAD, pozicionirajući Kinu kao vodećeg trgovinskog partnera EU. Shodno tome, čini se da je produbljivanje trgovine i investicija između Kine i Evrope postalo neizbežno.[6]

Generalno, CAI treba da olakša evropskim kompanijama da investiraju u Kinu.[7] Ustupci Pekinga su uključivali uklanjanje prepreka stranim ulaganjima u sektore električnih vozila, telekomunikacija i privatnih klinika – sve ono što je godinama tražio evropski biznis. Kina je takođe spremna da otvori finansije, i usluge u oblasti nekretnina i špedicije. Preuzete obaveze da se stvore jednaki uslovi bi trebalo da pomognu u smanjenju diskriminacije stranih kompanija – barem u teoriji. Značajna kineska koncesija je i prihvatanje veće transparentnosti industrijskih subvencija, posebno onih datih državnim preduzećima. U stvarnosti će mnogo toga zavisiti od posvećenosti Pekinga da sprovede sporazum. S tim u vezi, sporazum sadrži arbitražnu šemu koja omogućava strankama da podnose žalbe zbog kršenja pravila jedne protiv drugih. Iako EK ovo smatra mehanizmom za sprečavanje kineskog odstupanja od obaveza, to bi takođe moglo poslužiti kao sredstvo za kinesku vladu da ospori određene prepreke za ulazak kineskih firmi na tržište EU.[8]

Na papiru, sporazum je pobeda za evropsku industriju. CAI se generalno tiče pristupa kineskom tržištu za evropske investitore i obrnuto, a status kvo je da na kineskom tržištu ima mnogo više prepreka nego na evropskom. Kina će ponuditi bolji pristup finansijskim, ekološkim i IT uslugama, kao i sektoru

[5] Herrero, A. García (2020) 'When and how should the European Union conclude an investment agreement with China?' Bruegel Blog, 17 December. https://www.bruegel.org/2020/12/when-and-how-should-the-european-union-conclude-an-investment-agreement-with-china/

[6] Albert, Eleanor (2020). China and the EU: Public-Private Dissonance. The Diplomat, December 12, 2020 https://thediplomat.com/2020/12/china-and-the-eu-public-private-dissonance/

[7] Hall, Ben (2020). What an EU-China investment treaty would mean for companies, Financial Times, 23 Dec 2020 https://www.ft.com/content/add9a111-60cc-4b39-9349-3c7db71c7682

[8] Rodrik, Dani (2021). Europe's China Gambit, Project-Syndicate, January 11, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/what-the-europe-china-investment-treaty-can-and-cannot-achieve-by-dani-rodrik-2021-01?a_la=english&a=&barrier=accesspaylog

građevinarstva i pomorskog brodarstva. Takođe će biti poboljšan pristup proizvodnji - na primer u automobilskom, transportnom, hemijskom, tekstilnom i telekomunikacionom sektoru. Drugi aspekt dogovora je stvaranje „jednakih uslova" između evropskih i kineskih kompanija. U osnovi se radi o nizu pravila za sprečavanje prisilnog prenosa tehnologije, uključujući zabranu uslova za investiranje koji zahtevaju od investitora da obezbede tehnologiju. Dalje, sporazum uključuje obaveze da se ratifikuje Norma 105 Međunarodne organizacije rada, odnosno Konvencije o ukidanju prisilnog rada.[9]

CAI dozvoljava EU da zadrži autonomnost u „osetljivim" sektorima kao što su energetika, infrastruktura, poljoprivreda i javne usluge, dok je u preostalim oblastima EU već prilično otvorena za kineske investicije. Iako sporazum neće učiniti ništa da otvori kinesko tržište javnih nabavki, Peking je na svojoj najnovijoj takozvanoj negativnoj listi za pristup tržištu dodatno smanjio broj sektora i industrija koji su zabranjeni i za kineske i za strane investitore.

Jasno je da kinesko-evropski CAI nije trgovinski ugovor, ali mu je očigledno predviđeno da bude prethodnik nečega takvog. On je deo pokušaja Pekinga da izgradi trouglastu geopolitičku arhitekturu između Severne Amerike, Azije i Evrope usled čega bi Kina mogla biti ojačana u predstojećoj pojačanom kompeticiji sa SAD.[10] Reakcija SAD kretala se od razočaranja do otvorenog neprijateljstva. Za tvrdo-linijaše je evropska odluka izgledala kao popuštanje kineskoj ekonomskoj moći, ali su i mnogi umereni iz nove administracije bili nezadovoljni. Bajden je želeo da formira jedinstveni front protiv Kine, tako što bi prvo postigao ekonomski dogovor sa Evropom.[11]

Cutler (2021) smatra da iako je EU preko CAI obezbedila pristup tržištu u važnim sektorima, uglavnom kroz ublažavanje ograničenja mogućnosti za investicije, evropske kompanije će nastaviti da se suočavaju sa nizom drugih regulatornih prepreka, pre svega u vidu brojnih potrebnih dozvola od strane kineskih vladinih agencija. Po ovom autoru, CAI, koje je verovatno imao smisla 2013, kada su započeli pregovori, će doneti EU samo ograničene ekonomske dobitke. Naime, EU ne može odgovori na izazov koji Kina danas predstavlja globalnoj ekonomiji, i suprotno od te intencije, CAI može ojačati Kinu u odbijanju značajnijih reformi. Posle četiri godine Trampove izolacionističke politike, razumljivo je želja mnogih u EU da pokažu da blok ima „stratešku autonomiju". Međutim, bez efikasne tran-

[9] Detsch, Claudia (2021). First time China has accepted any regulation on workers' rights' ips-journal. 27.01.2021 https://www.ips-journal.eu/interviews/the-first-time-that-china-has-accepted-any-regulation-on-workers-rights-4936/?utm_campaign=en_857_20210129&utm_medium=email&utm_source=newsletter

[10] Kluth, Andreas (2020). The China EU Investment Deal Is a Mistake. Bloomberg, December 30, 2020. https://www.bloomberg.com/europe

[11] Sevastopulo, Demetri; Jim Brunsden; Sam Fleming and Michael Peel (2021). Biden team voices concern over EU-China investment deal, Financial Times, 22 Dec 2020. https://www.ft.com/content/2f0212ab-7e69-4de0-8870-89dd0d414306

satlantske saradnje, pojedinačne ekonomije ne mogu primorati Kinu da smanji svoje ogromne subvencije ili prekomerne industrijske kapacitete.[12]

Na kraju, Investicioni sporazum između Evrope i Kine podvlači temeljno pitanje postpandemijskog svetskog poretka: kako treba upravljati strateškim i ekonomskim odnosima između glavnih sila sa vrlo različitim institucionalnim i političkim aranžmanima? Konkretno, mogu li demokratije ostati verne svojim vrednostima dok se bave trgovinom i investicijama sa Kinom? Ipak, razdvajanje (decoupling) kineske ekonomije i ekonomija Zapada koje ne izaziva ekonomsku katastrofu nije moguć. Drugo, zapadne zemlje mogu učiniti malo, pojedinačno ili kolektivno i, za preoblikovanje kineskog državnog ekonomskog modela ili represivnog režima ljudskih i radnih prava. Po Rodriku, trgovinski i investicioni sporazumi ne mogu pretvoriti Kinu u tržišnu ekonomiju zapadnog stila ili je pretvoriti u demokratiju.[13]

3. Značaj 'težine' dve ekonomije za bilateralne odnose

Bilateralni odnosi dve zemlje dobrim delom su zasnovani na njihovoj ekonomskoj snazi, odnosno veličini njihovih privreda. Mnogi npr. dobar deo problema koji je imala Britanija sa EU vide kroz delimično asimetričan sporazum koji su dve strane postigle pri ulasku Ujedinjenog Kraljevstva u Uniju 1973, što je nešto što je evroskeptike u Londonu konstantno guralo ka razmišljanju o napuštanju toga bloka. Naravno, takav dogovor bio je posledica višestruko veće ekonomije tadašnje Evropske zajednice, odnosno njene sposobnosti da nekome ko želi da postane član kluba nametne svoja pravila. Ako želimo da analiziramo odnose EU sa Kinom, kao i njihovu perspektivu, čini se neophodnim poći od upoređivanja njihovih veličina, posebno ako se radi o dve od tri najveće svetske privrede.

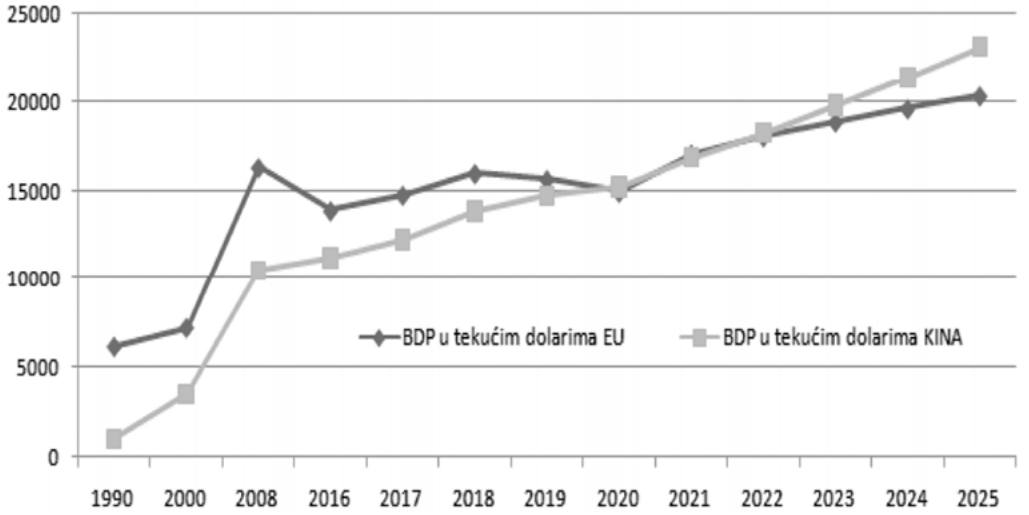
Da bi upoređivali veličine dve ekonomije, kao i njihove tendencije u narednom periodu primenili smo sledeću metodologiju. Kao najreferentnije uzeli smo podatke IMF (2020) o BDP-u kineske i ekonomije EU27, čije su vrednosti, izražene u tekućim dolarima (ostvarene kao i procenjene od strane te organizacije), date do 2025. Na osnovu navedenih projekcija MMF-a za dve ekonomije (po tekućim tržišnim kursevima u dolarima i po paritetu kupovnoj moći - PPP u internacionalnim dolarima) dobili smo rezultate predstavljene u grafikonima 1, 2 i 3. Dakle, već 2022. (pod pretpostavkom da su projekcije IMF tačne), BDP Kine bi prestigao BDP EU 27. Po kupovnoj moći, kineski BDP, koji je već sredi-

[12] Cutler, Wendy (2021). An EU China Deal for a Bygone Era. Project Syndicate, Feb 9, 2021. https://www.project- syndicate.org/commentary/eu-china-investment-deal-weaknesses-by-wendy-cutler-2021-02

[13] Rodrik, Dani (2021). Europe's China Gambit, Project-Syndicate, January 11, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/what-the-europe-china-investment-treaty-can-and-cannot-achieve-by-dani-rodrik-2021-01?a_la=english&a=&barrier=accesspaylog

nom druge decenije 21. veka prestigao evropski, će 2022. biti 31% viši od BDP EU27, dok će 2025. razlika u korist Kine biti čak 46%.

Od otvaranja Kine prema svetu kreće njena konvergencija, naravno zahvaljujući impresivnom ekonomskom rastu, koji je u toku četiri decenije prosečno iznosio neverovatnih 9,29% godišnje (naspram relativno skromnih 1,66% za EU27 u periodu 1980-2020). Ovde treba napomenuti da mnogi analitičari, kao npr. Li Guangjao, uspon Kinje povezuju sa konceptom „azijskih vrednosti. S tim povezano „azijsko čudo", se pre svega odnosilo na zavidan ekonomski rast koji je zabeležen u zemljama ovog regiona 1980-ih i 1990-ih. S druge strane, Francis Fukuyama smatra da „azijske vrednosti" teško mogu potvrditi svoj doprinos snažnom usponu zemalja istočne Azije.[14]

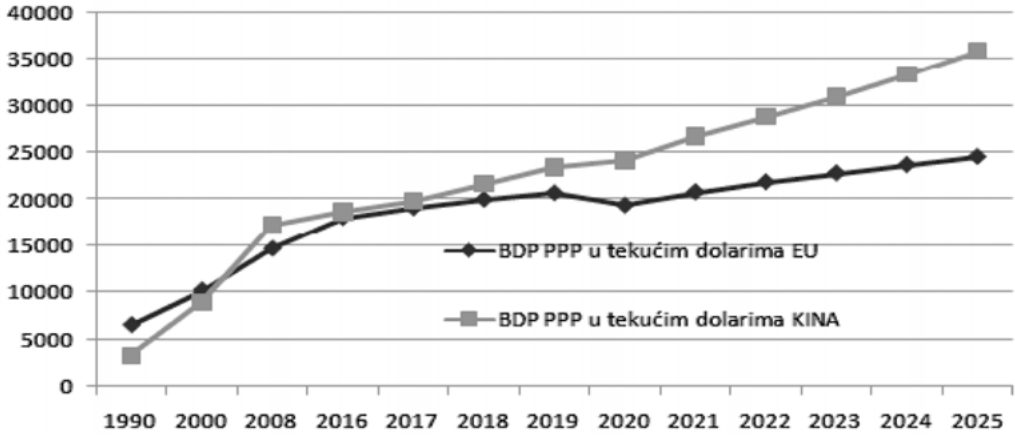


Grafikon 1: *BDP u tekućim dolarima EU 27 i Kine 1990 -2025.*

Izvor: IMF's database, October, 2020

Dok je Kina 1980. imala učešće od tek 2,7% u svetskom BDP-u (i 2,3% u globalnom BDP PPP), tokom narednih decenija ona snažno povećava svoj udeo da bi u 2016. činila 16,2% (naspram 15,6% za EU) svetskog BDP-a po kupovnoj moći, a 2020. procenjenih 18,6%. Istovremeno, EU27 beleži stalno opadajuće učešće u svetskom BDP po tržišnim kursevima od skoro 29% u 1980, 21.5% u 2000, te 18% u 2020. (i znatno niža učešća kada je u pitanju BDP PPP, koji je u 2020. činio nepunih 15% svetskog BDP-a, a tri decenije ranije 23,7%). Udeo EU u svetskom BDP će 2025. iznositi nešto preko 16%, a učešće Kine skoro petinu, dok će odnosi po PPP izgledati još impozantnije za Kinu, koja će činiti skoro 21% svetske ekonomije, a EU tek 14%.

[14] Lončar, Mirela (2020). Značaj koncepta „azijskih vrednosti" za savremene političke sisteme istočne i jugoistočne Azije. Megatrend revija / Megatrend Review, Vol. 17, № 2, 2020: 73.



Grafikon 2: BDP PPP u tekućim dolarima EU 27 i Kine 1990 -2025.

Izvor: IMF's database, October, 2020

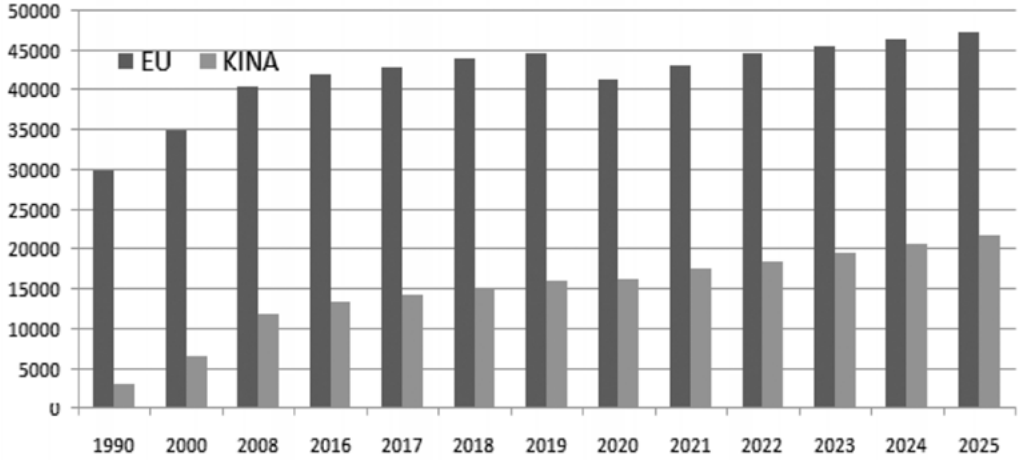
Situacija je naravno bolja za EU ako se u obzir uzme BDP PPP po stanovniku (Grafikon 3), gde će i 2025. EU biti daleko ispred Kine (više nego dvostruko), ali je za globalni uticaj od presudnog značaja veličine ukupne ekonomije (inače bi Luksemburg bio svetska sila).

Napred navedenih trendova je svestan i Karl Bildt[15], koji počinje svoj osvrt na globalno pozicioniranje Kine tezom da trenutni trendovi sugerišu da će ona i dalje rasti mnogo brže nego EU. On citira projekcije i MMF i Svetske banke koje ukazuju da će pandemija dodatno povećati relativnu težinu Kine u globalnoj ekonomiji, i ako Kina stigne do polovine BDP-a po glavi stanovnika Tajvana, njena ekonomija će biti dvostruko veća od američke ili EU. Jasno je da će Kina biti sve važniji deo globalne ekonomije u godinama koje dolaze. Njeno širenje će doneti nove izazove za sve, ali posebno za Evropljane, koji više ne mogu računaju na SAD kao pouzdanog istomišljenika, i koji će morati da razviju svoj pristup. Nova evropska strategija prema Kini trebalo bi da se zasniva na dva stuba; angažovanje na pitanjima od zajedničkog interesa se mora nastaviti (trgovina, klimatske promene, javno zdravlje), dok s druge strane, EU sve više vidi Kinu kao „sistemskog rivala" čije će se vrednosti i interesi neizbežno sukobiti sa njenim. Bilt smatra da iako će Evropa biti uz SAD po mnogim pitanjima, ali da EU neće napustiti angažman sa Kinom po pitanjima od zajedničkog interesa.

Za objašnjenje jačanja uloge Kine na globalnom nivou pored snažnog rasta njenog BDP, veoma je važan snažan rast kreditiranja koje je Peking pokrenuo posle 2008, dobrim delom povezan sa Road & Bealth incijativom ('Put Svile'). Naime, Kineska razvojna banka i Eksport-import banka su između 2008. i 2019. ugovorile kredite u iznosu od 462 milijarde dolara, svega pet milijardi manje od kredita koje je u istom

[15] Bildt, Carl (2020). How Europe Can Live with China, Project Syndicate, Jun 17, 2020. https://www.project-syndicate.org/commentary/europe-changing-approach-to-china-engagement-plus-competition-by-carl-bildt-2020-06?barrier=accesspaylog

periodu odobrila Svetska banka. Kineske investicije su u velikoj meri koncentrisane na infrastrukturu, što je sektor koji ima snažan potencijal da podstakne ekonomski rast. Procene Svetske banke su da bi kineska ulaganja u inostranstvu do 2030. mogle dovedu do rasta globalnog realnog prihoda za 2,9%, dok bi u samim zemljama korisnicima kineskih kredita taj rast mogao da bude do 3,4%. Ovo sa sobom nosi i rizike, koji su posebno vidljivi u Africi na kraju 2020. i početkom 2021. Naime, u septembru 2020. Angola je uspela da napravi sporazum sa tri svoja glavna poverioca - uključujući Kinesku razvojnu banku i Kinesko-izvoznu uvoznu banku (EximBank) – oko reprograma 6,2 milijarde dolara duga u naredne tri godine. Slično tome, u oktobru je Zambija propustila plaćanje kamata na kineski dug i bila je na ivici bankrotstva na spoljni dug od 12 milijardi dolara (približno polovina njenog BDP-a), ali su opet su isti kineski kreditori ublažili pritisak. Dogovor sa EximBank-om dogovoren je u okviru Inicijative za obustavu servisiranja duga G20 (DSSI), prema kojoj 73 najsiromašnije zemlje sveta mogu tražiti privremeni predah od bilateralnih otplata duga. Do sada je 46 zemalja podnelo ovakve zahteve, a otprilike 70% od vrednosti duga država pogođenih problemom nemogućnosti plaćanja (u vrednosti od oko 8 milijardi dolara) duguje se Kini (koja poseduje 62% afričkog zvaničnog bilateralnog duga). To nije iznenađenje budući da je od Globalne finansijske krize 2008. Kina snažno povećavala kreditiranje zemalja u razvoju, te se za 50 najzaduženijih dužnika prosečna visina duga prema Kini povećala se sa manje od 1% BDP-a u 2005. na više od 15% u 2017, dok su u istoj godini obaveze prema Pariskom klubu poverilaca činile su samo 5% javnog i javno garantovanog duga zemalja podsaharske Afrike.[16]



Grafikon 3: *BDP PPP per capita u tekućim dolarima EU 27 i Kine 1990 -2025.*
Izvor: IMF's database, October, 2020

[16] Subacchi, Paola (2021). China's Debt Grip on Africa. Project-Syndicate, January 15, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-africa-debt-relief-china-by-paola-subacchi-2021-01

4. Da li je Kina 'sistemski rival' EU?

Nakon rastuće zabrinutosti oko kupovine strateški važnih kompanija širom EU od strane kineskih kompanija i investitora, EU i države članice su istraživale načine zaštite kritične infrastrukture, kao i industrijskih inovacija, te tehnologiju dvostruke namene. Iako su pojedine države članice već duži niz godina kroz nacionalno zakonodavstvo primenjivale mehanizme za proveru investicija, koordinirani panevropski pristup tom pitanju dugo je nedostajao. U martu 2019. je konačno uvedeno zakonodavstvo (stupilo na snagu oktobra 2020.) kako bi se uspostavio okvir za proveru SDI na nivou EU, dok države članice sprovode nacionalno zakonodavstvo u skladu sa okvirom. Izvesno je da je nova uredba EU podsticaj za veću evropsku suverenost, i možda prekretnica u stvaranju sveobuhvatnijeg pristupa EU ka otkrivanju targetiranih, potencijalno 'neprijateljskih', investicija u osetljivim sektorima, te odgovoru na njih.[17]

Dok su do 2020. ekonomski odnosi i dugi pregovori o investicionom ugovoru bili su glavni kamen spoticanja, od tada politička pitanja poput koncepcije multilateralizma, globalizacije, kao i univerzalizma ljudskih prava, sve više postaju središnje tačke neslaganje između dve EU i Kine. Odlučujuće pitanje za Evropu je da li spoljnu politiku EU određuju samo SAD i Kina ili pak Brisel koncipira sopstvenu politiku zasnovanu na vlastitim interesima. U tom kontekstu ideja tzv. strateške autonomije, odnosno spremnost za izgradnju geopolitičke Evrope uzima maha. Nekoliko godina glavni generator ove težnje bio je američki unilateralizam, dok tek od skorije „asertivnost" Kine postaje novi pokretač konsenzusa EU u odbrani svojih interesa i vrednosti.[18]

Kausikan[19] smatra da je srž evropske geopolitičke slabosti to što tzv. meka moć ne može uticati na ponašanja drugih. Tvrda moć, odnosno kredibilna pretnja čini se mnogo važnijim elementom za kreiranje sopstvene politike. Ovaj autor smatra da ne postoji apriorni razlog zašto bi bilo koja zemlja trebalo da prihvati evropske ili zapadne vrednosti. Indikativan je primer Singapura prilikom pregovora o slobodnoj trgovini sa EU. Naime, ministar trgovine te zemlje primio je demarš od ambasadora EU, koji su želeli sporazum paritetan sa američko-singapurskom. „Kada imate Sedmu flotu, možete imati paritet", bio je odgovor ministra trgovine Singapura, i ova anegdota dobro odslikava gep između ambicija EU i realnosti sa kojom se suočava. Npr. većina geopolitičkih inicijativa EU je pro-

[17] Reuter, Manisha (2020). „Responding to the China challenge: The state of play on investment screening in Europe", ECFR, 27 November 2020 https://ecfr.eu/article/responding-to-the-china-challenge-the-state-of-play-on-investment-screening-in-europe/

[18] Julienne, Marc (2020). Towards Tougher Bilateral Relations Between EU and China. Valdai Club, 18.09.2020 https://valdaiclub.com/a/highlights/towards-a-tougher-bilateral-relation-between-eu/

[19] Kausikan, Bilahari (2020). Can the EU Be a Strategic Actor? Personal Reflections From Singapore. valdaiclub 14.12.2020 Bilahari Kausikan https://valdaiclub.com/a/highlights/can-the-eu-be-a-strategic-actor/

pala, najspektakularnije u Ukrajini, gde je EU ohrabrivala Kijev bez mogućnosti da odvrati rusku reakciju ili efikasno odgovori na nju. Sva najopasnija pitanja u Indo-Pacifiku su suštinski pitanja tvrde moći, i tu EU može izraziti samo stav, što znači da EU ostaje strateški marginalna u ovom regionu. Budući da samo nekolicina članica EU ima snažne vojske, ideja zajedničkih evropskih odbrambenih snaga ima relativno slabe šanse, znatno manje od npr. zajedničke spoljne politike (da bi se više trošilo na odbranu potrebna je temeljna revalorizacija koncepata i procesa evropske demokratije).

Bordachev[20] smatra da se EU, se od aktivnog učesnika u politici, postepeno pretvara u predmet nadmetanja SAD i Kine čije će sučeljavanje odrediti svetsku politiku u prvoj polovini 21. veka. Naime, za razliku od Sovjetskog Saveza, Rusija ne predstavlja egzistencijalnu pretnju za SAD, te u odsustvu takve pretnje, Transatlantski savez neizbežno slabi. Pre ili kasnije SAD će igrati istu ulogu u Evropi kao što to već radi u Indo-Pacifiku: priobalni balanser sa minimalnim snagama na kontinentu. S tim povezano nedavno smanjivanje američkog vojnog prisustva u Nemačkoj je dugoročni trend koji je malo verovatno da se preokrene. Ideja da može postojati neka vrsta nadevropskog identiteta je zabluda, pored ostalog zato što je EU konstrukcija koja negira osnovni ljudski instinkt: potrebu za identitetom. S tim u vezi, mnogi problemi sa kojima se EU sada bori proizilaze iz ove osnovne unutrašnje kontradikcije. U sve više multipolarnom svetu EU mogla igrati korisnu ulogu ako prepozna stvarnost i svoje ambicije uskladi sa ljudskom prirodom i realnostima međunarodnih odnosa.

5. Odnosi Kine i EU u post-pandemijskom periodu

Pokušavajući da procenimo značaj Kine u post-pandemijskom periodu dragocena je analiza Bruegel-ovih analitičara (García-Herrero & Martínez Turégano),[21] koji smatraju da EU, koja veći deo svoje ekonomske integracije u svoje globalni lance vrednosti (Global Value Chains - GVC) i svoju težinu duguje regionalnim lancima snadbevanja, na tom polju gubi konkurentnost dok se Kina uzdiže. Oni pokazuju da, dok se trgovinska integracija EU sa Kinom povećava, to je uglavnom u korist Pekinga, što podriva konkurentnost EU. Sve manja uloga EU u GVC povezana je sa tehnološkim inovacijama i ljudskim kapitalom, gde Kina vrlo brzo napreduje. Naime, nivoi učešća u GVC i njihova promena od 2014. do 2018. (za Kinu, SAD, EU i ostale azijske ekonomije) pokazuje da je EU region

[20] Bordachev, Timofei (2019). Forget European Defense, Think About European Security; Valdai Club, 5.12.2019. https://valdaiclub.com/a/highlights/forget-european-defense/

[21] Herrero, A. García and David Martínez Turégano (2020). Europe is losing competitiveness in global value chains while China surges, Bruegel, November 27, 2020. https://www.bruegel.org/2020/11/europe-is-losing-competitiveness-in-global-value-chains-while-china-surges/

sa najvećim stepenom učešća u GVC, ali i onaj u kome to učešće najbrže opada. Dobar deo smanjenja učešća EU u GVC ostvaruje se unutar jedinstvenog tržišta, dok nivo trgovinske integracije između EU kao celine i ostatka sveta ostaje stabilan. Ovo se objašnjava sve većim trgovinskim vezama između EU i Kine, od čega najviše koristi ima Peking. Drugim rečima, izvoznici iz EU integrišu u svoje proizvode sve veći obim intermedijarnih proizvoda iz Kine, dok je izvoz EU repromaterijala koji ulazi u kineski izvoz opao (tako EU izvoznici gube jer oslanjanje Kine na njih opada). Posebno zabrinjavajuće za EU je to što vertikalna integrisanost Kine utiče na sposobnost EU da izvozi repromaterijal u većoj meri nego što utiče na SAD ili ostatak Azije. Kako je EU masovni izvoznik repromaterijala, ovo je veliki problem za EU, posebno za zemlje sa izvoznim modelom rasta, poput Nemačke, jer će kineska vertikalna integracija sve više ugrožavati taj model. Najočiglednije razlog za opadanje globalne trgovinske integracije EU je njena relativno manja veličina u svetskoj ekonomiji (ali se deo može objasniti i drugim faktorima, poput gubitka konkurentnosti). Npr. dok su prehrambeni i farmaceutski sektori EU i dalje konkurentni u odnosu na Kinu, EU je u padu u većini drugih sektora, posebno dramatično u tekstilu i elektronici. Nelojalna kineska konkurencija u ceni teško može biti objašnjenje jer su kineske zarade, odnosno troškovi radne snage u snažnom rastu već dve decenije. Dodatno, argument o ceni postaje manje relevantan za elektroniku. Ljudski kapital i inovacije nesumnjivo su glavni faktori sve veće sposobnosti Kine da se takmiči sa EU (u obrazovanju Kina se očigledno približava EU, R&D izdaci dostigli su nivoe iznad 2% BDP-a, kao i u EU, dok se globalni udeo kineskih prijava patenata takođe neprekidno povećava od 2000.). Pored ovoga, kada se Kina pridružila STO 2001, ona je potpisala 15 sporazuma o slobodnoj trgovini pokrivajući 30% svetske ekonomije i stanovništva, dvostruko više od EU.

Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 dodatno je otežala poziciju EU budući da je ubrzala globalni uspon Kine. Relativni ekonomski rast Kine će uticati na budućnost globalnog upravljanja kao i na upravljanje bilateralnim odnosima koji će postati još veći izazov za lidere zapadnih, pre svega evropskih, zemalja.[22]

Iako je EK 2020. objavila niz preporuka za izjednačavanje uslova u pogledu stranih subvencija, problem je taj što izvor veće konkurentnosti kineskih kompanija dolazi iz njihove dominacije na sopstvenom ogromnom tržištu (delimično i zbog otežanog pristupa stranih kompanija i generalno nejednakog tretmana privatnih kompanija u odnosu na državne kompanije, kao i usled budžetskih subvencija).

Ipak, nedostatak konkurencije u Kini ne dovodi evropske korporacije u nepovoljan položaj samo na sopstvenom tržištu, već, budući da veliki broj njih

[22] O'NEILL, JIM (2021). „Reflections on a Plague Year", Project Syndicate, Feb 10, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-consequences-vaccines-digitalization-china-by-jim-o-neill-2021-02

multinacionalan, i na trećim tržištima. EU bi trebalo da koristi multilateralne institucije u pokušaju da očuva konkurentno okruženje na globalnom nivou, prevashodno radi otvaranja Kine prema stranoj konkurenciji. Međutim, ključni mehanizam EU za to će verovatno podrazumevati eksteritorijalnost nekih akcija EU za zaštitu konkurencije kod kuće. U suprotnom, ako se na tom planu ne može postići promena, verovatan je veći protekcionizam.[23]

Geoekonomska kompeticija Kine i SAD će nastaviti da nanosi kolateralnu štetu EU u narednim godinama, budući da je EU istovremeno i na periferiji i na ključnom bojnom polju u tom konfliktu. Istina, strateški fokus dveju velikih sila je na Indo-Pacifiku, ali je tržište EU, slično po veličini američkom i kineskom i centralno za mnoge lance snabdevanja i kritičnu globalnu finansijsku infrastrukturu (kao što je SWIFT), ključno mesto ekonomskog nadmetanja Pekinga i Vašingtona.[24]

Hackenbroich i Varma[25] smatraju da bi EU trebalo da ponudi zajedničku strategiju EU i SAD-a za Kinu, jer bi zajedno te dve ekonomije mogle uspešnije tražiti bolje uslove za konkurenciju, uzajamni pristup tržištu, zaštitu intelektualnog vlasništva. Po mišljenju ova dva autora, ako bi EU stvorila transatlantsku radnu grupu za borbu protiv ekonomsku prinudu i počela sa stvaranjem instrumenata za zaštitu EU od ekonomske prinude, nova američka administracija shvatila bi EU ozbiljnije u predstojećim pregovorima.

Na kraju, čini se da ekonomski interesi više ne mogu zaseniti političke i geopolitičke interese EU kada su u pitanju odnosi sa Kinom. Dok Ministar diplomatije Kine naziva dvoje „sveobuhvatnim strateškim partnerima", EK od marta 2019. identifikuje Kinu kao „sistemskog rivala". Budući da Peking vidi SAD kao glavnom rivala i pokušava da ojača svoju poziciju prema SAD sticanjem uticaja u EU, odnos Kine prema EU mora se razumeti u kontekstu američko-kineskog rivalstva.[26]

---

23 Herrero, A. García and Guntram B. Wolff (2020). „China Has an Unfair Advantage in the EU Market. What Can Be Done to Level the Playing Field?", Bruegel, July, 28, 2020. https://www.bruegel.org/2020/07/china-has-an-unfair-advantage-in-the-eu-market-what-can-be-done-to-level-the-playing-field/

24 Hackenbroich, Jonathan; Tara Varma (2020). Protecting Europe from economic coercion: Strategy after the 2020 US election, ECFR, 9 December 2020 https://ecfr.eu/article/protecting-europe-from-economic-coercion-strategy-after-the-2020-us-election/

25 Hackenbroich, Jonathan; Tara Varma (2020). Protecting Europe from economic coercion: Strategy after the 2020 US election, ECFR, 9 December 2020 https://ecfr.eu/article/protecting-europe-from-economic-coercion-strategy-after-the-2020-us-election/

26 Julienne, Marc (2020). Towards Tougher Bilateral Relations Between EU and China. Valdai Club, 18.09.2020 https://valdaiclub.com/a/highlights/towards-a-tougher-bilateral-relation-between-eu/

Literatura:

- Albert, Eleanor (2020). China and the EU: Public-Private Dissonance. The Diplomat, December 12, 2020 https://thediplomat.com/2020/12/china-and-the-eu-public-private-dissonance/
- Bildt, Carl (2020). How Europe Can Live with China, Project Syndicate, Jun 17, 2020. https://www.project-syndicate.org/commentary/europe-changing-approach-to-china-engagement-plus-competition-by-carl-bildt-2020-06?barrier=accesspaylog
- Bordachev, Timofei (2019). Forget European Defense, Think About European Security; Valdai Club, 5.12.2019. https://valdaiclub.com/a/highlights/forget-european-defense/
- Christiansen, Thomas; Kirchner Emil; Wissenbach Uwe (2019). The European Union and China - Basingstoke: Red Globe Press, 2019. - xviii, 219 p.
- Cutler, Wendy (2021). An EU China Deal for a Bygone Era. Project Syndicate, Feb 9, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/eu-china-investment-deal-weaknesses-by-wendy-cutler-2021-02
- Detsch, Claudia (2021). First time China has accepted any regulation on workers' rights'
- ips-journal. 27.01.2021 https://www.ips-journal.eu/interviews/the-first-time-that-china-has-accepted-any-regulation-on-workers-rights-4936/?utm_campaign=en_857_20210129&utm_medium=email&utm_source=newsletter
- Fleming, Sam; Jim Brunsden and Michael Peel (2020). „EU proposes fresh alliance with US in face of China challenge". Financial Times, 29 November 2020. https://www.ft.com/content/e8e5cf90-7448-459e-8b9f-6f34f03ab77a
- Hackenbroich, Jonathan; Tara Varma (2020). Protecting Europe from economic coercion: Strategy after the 2020 US election, ECFR, 9 December 2020 https://ecfr.eu/article/protecting-europe-from-economic-coercion-strategy-after-the-2020-us-election/
- Hall, Ben (2020). What an EU-China investment treaty would mean for companies, Financial Times, 23 Dec 2020 https://www.ft.com/content/add9a111-60cc-4b39-9349-3c7db71c7682
- Herrero, A. García (2020) 'When and how should the European Union conclude an investment agreement with China?' Bruegel Blog, 17 December. https://www.bruegel.org/2020/12/when-and-how-should-the-european-union-conclude-an-investment-agreement-with-china/
- Herrero, A. García and David Martínez Turégano (2020). Europe is losing competitiveness in global value chains while China surges, Bruegel, November 27, 2020. https://www.bruegel.org/2020/11/europe-is-losing-competitiveness-in-global-value-chains-while-china-surges/

- Herrero, A. García and Guntram B. Wolff (2020). „China Has an Unfair Advantage in the EU Market. What Can Be Done to Level the Playing Field?", Bruegel, July, 28, 2020. https://www.bruegel.org/2020/07/china-has-an-unfair-advantage-in-the-eu-market-what-can-be-done-to-level-the-playing-field/
- IMF's database, October, 2020
- Julienne, Marc (2020). Towards Tougher Bilateral Relations Between EU and China. Valdai Club, 18.09.2020 https://valdaiclub.com/a/highlights/towards-a-tougher-bilateral-relation-between-eu/
- Kausikan, Bilahari (2020). Can the EU Be a Strategic Actor? Personal Reflections From Singapore. valdaiclub 14.12.2020 Bilahari Kausikan https://valdaiclub.com/a/highlights/can-the-eu-be-a-strategic-actor/
- Kluth, Andreas (2020). The China EU Investment Deal Is a Mistake. Bloomberg, December 30, 2020. https://www.bloomberg.com/europe
- Lončar, Mirela (2020). Značaj koncepta „azijskih vrednosti" za savremene političke sisteme istočne i jugoistočne Azije. Megatrend revija / Megatrend Review, Vol. 17, № 2, 2020: 65-78. UDK 321.6/.8:299.512(5-11); 321.6/.8:299.512(5-12); doi: 10.5937/MegRev2002065L
- O'Neill, Jim (2021). „Reflections on a Plague Year", Project Syndicate, Feb 10, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-consequences-vaccines-digitalization-china-by-jim-o-neill-2021-02
- Reuter, Manisha (2020). „Responding to the China challenge: The state of play on investment screening in Europe", ECFR, 27 November 2020 https://ecfr.eu/article/responding-to-the-china-challenge-the-state-of-play-on-investment-screening-in-europe/
- Rodrik, Dani (2021). Europe's China Gambit, Project-Syndicate, January 11, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/what-the-europe-china-investment-treaty-can-and-cannot-achieve-by-dani-rodrik-2021-01?a_la=english&a=&barrier=accesspaylog
- Sevastopulo, Demetri; Jim Brunsden; Sam Fleming and Michael Peel (2021). Biden team voices concern over EU-China investment deal FT, 22 Dec 2020 https://www.ft.com/content/2f0212ab-7e69-4de0-8870-89dd0d414306
- Solana, Javier and Oscar Fernandez (2020). ‚Averting a Cold War of Choice, Project Sindicate, Jun 18, 2020. https://www.project-syndicate.org/commentary/america-china-averting-cold-war-of-choice-by-javier-solana-and-oscar-fernandez-2020-06
- Subacchi, Paola (2021). China's Debt Grip on Africa. Project-Syndicate, January 15, 2021. https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-africa-debt-relief-china-by-paola-subacchi-2021-01

Goran Nikolić
Predrag Petrović
Jelena Zvezdanović Lobanova

UDC 339.5/.9(4-672EU:510)
327(4-672EU:510)

DOI: 10.5937/MegRev2201201N
Expert article
Received 23.02.2021.
Approved 26.02.2021.

ECONOMIC AND GEOPOLITICAL ASPECT OF THE EU-CHINA BILATERAL RELATIONS

Summary: *The expected economic growth of the EU27 and China by 2025 will lead to a further increase in the share of the Chinese economy in world GDP and the overtaking of the EU economy in 2022. The main contribution of this paper is the presentation and analysis of IMF projected GDPs for China and the EU27 in the period 2020-25, and assessing the impact of divergent GDP growth trends of the two economic giants on the further development in their bilateral relations. Namely, since the change in the global economic position causes geopolitical consequences, it is clear that the very expectation of such trends influences the decisions of political and economic actors today - such as the signing of the investment agreement between Brussels and Beijing, despite Washington's opposition. The EU's response to China's growing influence could be an attempt to mitigate Beijing's strategic challenge by creating a stronger transatlantic partnership, but it is uncertain that Washington will be willing to offer significant concessions to Brussels. An alternative scenario could involve strengthening the EU's „strategic autonomy", which would imply an attempt at a more independent geopolitical positioning, which would enable better relations with China and easier access to the country's huge market. The EU, the world's largest trading bloc and the largest trading partner of as many as 80 countries, will find it difficult to come to terms with its subordinate role in Sino-US competition and will remain focused on exploring synergies with both powers.*

Keywords: *economy, geopolitics, China, EU.*

Vladimir Lović*

UDK 327(470)

DOI: 10.5937/MegRev2201217L
Pregledni naučni članak
Primljen 02.11.2020.
Odobren 05.12.2020.

SURKOVLJEVO SHVATANJE SAVREMENOG SPOLJNOPOLITIČKOG NASTUPA RUSIJE

Apstrakt: *Političke teorije, koje se stalno nadograđuju i menjaju, osnova su stvaranja nacionalnih i državnih ideologija. Svetske sile teže da širenje sopstvenih nacionalnih interesa ostvaruju kroz podsticanje ostalih zemalja sveta da prihvate njihovu ideologiju na osnovu svojih političkih teorija. Geopolitička promenljivost, kako u prostoru tako i u vremenskom činilačkom udelu, utiče na formiranje novih teorijskih objašnjenja i procena. Liberalizam kao dominantna politička teorija, u svim njenim oblicima, nije više primarna i prisutna kao na početku 21. veka. Na istoku se razvija novi pogled i alternativa savremenom liberalizmu. Neoevroazijski geopolitički vektor stvara uslove za uticajniju ulogu Rusije u savremenom svetu. Rusija je, nakon krize koja se desila krajem prošlog i početkom ovog veka, stabilizovala svoju ekonomiju i oformila novi državni sistem koji je uticao na to da postane konkurentan takmac SAD na geopolitičkom prostoru. Po Vladislavu Surkovu, putinizam je budućnost ruske moći a suverena demokratija paradigma njenog uticaja. Zaključno, ova savremena ruska politička teorija je u povoju, kako unutar tako i van granica Rusije, tražeći svoj put kao model budućnosti i predstavlja način ostvarenja ruskih spoljnopolitičkih ciljeva i interesa. U istraživanju ćemo koristiti metode analize, sinteze, hipotetičko-deduktivnu metodu, analize sadržaja dokumenata i komparativnu metodu.*

Ključne reči: *politička teorija, država, liberalizam, interes, putinizam.*

* Doktorand na Pravnom fakultetu Univerziteta Megatrend; vladalovic@yahoo.com

1. Uvod

Dominantna spoljnopolitička strategija SAD na prelazu dva milenijuma primarno se usmeravala ka instrumentalizaciji SB UN i sprečavanju Ruske Federacije i Kine da ostvare svoje sfere uticaja. Administracija ove svetske sile obrazlagala je svetskoj javnosti da unipolarni svetski poredak, pod vođstvom SAD, sprečava izbijanje novog svetskog rata, osigurava globalni mir i poštovanje univerzalnih ljudskih vrednosti. SAD svaki pokušaj Moskve i Pekinga da povrate ili uspostave kontrolu nad geoprostorima koji su u sferi njihovih interesa i dalje kvalifikuju kao revizionizam i uzrok bezbednosnih problema na regionalnom ali i globalnom nivou.

Ruska Federacija se nakon rasformiranja i propadanja Sovjetskog Saveza suočila sa mnoštvom negativnih okolnosti. Identifikovanje i definisanje najvažnijih principa, ciljeva i zadataka ruskog spoljnopolitičkog i bezbednosnog puta u obnovi, ostvarivanju i zaštiti težišnih državnih interesa i njenih građana bilo je jedno od krucijalnih pitanja. Rusija se tokom devedesetih godina prošlog veka, našla u velikoj krizi (državnog sistema, sistema vrednosti, ekonomskoj, spoljnopolitičkoj). Kriza je sa svojim posledicama u negativnom kontekstu uticala na sve segmente državnog i društvenog života (politički, ekonomski, socijalni, kulturni), što je naročito bilo vidljivo u sferi bezbednosti. Nova ruska država je, u odnosu na prethodnu sovjetsku državu, izgubila status supersile, jer je i u kvalitativnom i u kvantitativnom smislu doživela umanjenje moći (elemenata tzv. tvrde i meke moći), ali je u značajnoj meri uspela i da očuva svoje političke, ekonomsko-energetske, vojno-bezbednosne i društvene potencijale. U ovakvoj situaciji spoljnopolitički uticaj Rusije je bio znatno umanjen.

Početkom 21 veka, realizovane su personalne promene u vrhu ruskog državnog rukovodstva. Promene su omogućile početne uslove za realizaciju reformi koje su doprinele konsolidaciji i stabilizaciji sistema u Rusiji. Ostvaren je proces centralizacije državne vlasti i suzbijanje paralelnih centara političke i ekonomske moći.

Porast cena nafte na svetskom tržištu, visoki prihodi od prodaje energenata u prvoj dekadi 21. veka imali su stabilizirajući efekat. Ekonomsko konsolidovanje ruske države, uz reforme koje su sprovedene utrle su put definisanju nove ideologije. Efekti su se javili u promenama bezbednosnog sistema, kulture, jačanju tradicionalnih vrednosti, promenama u spoljnopolitičkom nastupu, jačanju tvrde i meke moći. Nakon konsolidacije Rusija nastoji da očuva svoj tradicionalno dominantan uticaj na postsovjetskom prostoru i istovremeno ojača svoju poziciju i ulogu u međunarodnom poretku. Ovaj cilj teži da ostvari kroz proces stvaranja savezništava u bilateralnom i multilateralnom formatu na postsovjetskom i širem, evroazijskom prostoru.

U Rusiji se gradi koncept suverene demokratije i stvara novi spoljnopolitički nastup. Delovanje ruske države na spoljnopolitičkom planu podržano je ojačanim ekonomskim, bezbednosnim i političkim kapacitetima, koji stvaraju uslove da Rusija realizuje težnje na jačanju svoje geopolitičke uloge. Suverena demokratija

koju izgrađuje i propagira Rusija zasniva se na principu da svaka država teži stvaranju efikasnog i konkurentnog društva, prevashodno na regionalnom a dominantne sile i na svetskom nivou. Ona daje alternativu i dalje jakom uticaju SAD ali i drugim takmacima koji žele da ostvare opštu ili parcijalnu dominaciju u odnosu na slabije države ili paritetnost u odnosima prema silama koje su ravne njima. Ovakvi uslovi stvaraju novu političku teoriju i izgrađuju savremenu rusku ideologiju.

2. Uticaj geopolitičkih interesa SAD i Rusije u Evropi kao uzrok stvaranja novog spoljnopolitičkog nastupa

aktuelno američko – rusko geopolitičko sučeljavanje u Evropi treba posmatrati u kontekstu formiranja „geopolitičkih mostobrana" u Evroaziji, dok se na Dalekom istoku Vašington konfrontira sa Kinom, a na Bliskom istoku sa oba geopolitička rivala. Za delovanje Vašingtona prema Ruskoj Federaciji i Kini instrumentalizuju se tzv. „geopolitički stožeri"[1], kao što su Ukrajina, Iran, Severna Koreja i Sirija. Tako se na evroatlanskim geopolitičkim mostobranima pojavljuju svi glavni geopolitički akteri sa svojim saveznicima i protivnicima, međusobno uvezani u geopolitičku igru.

U savremenim okolnostima geoprostor dobija potpunije i postojanije oblike koji se, prema klasičnim geopolitičkim teorijama, deli na tri posebne celine prikazane u tabeli br. 1.

Tabela 1: *Podela uticajnih sfera u svetu*

Naziv	**Drugi naziv**	**Objašnjenje**
Unutarkontinentalni prostori	Nazivaju se i nepokretna platforma, heartland (srce sveta), geografska osovina istorije, kopno.	Telurokratska civilizacijska posebnost.
Unutrašnji ili kontinentalni polumesec	Naziva se i priobalna zona, rimland, mekani sloj, geopolitička granica, sanitarni koridor i slično.	Talasokratija, uravnotežene mnogim telurokratskim stremljenjima.
Spoljašnji ili ostrvski polumesec	Sa kojima su komunikacije moguće samo pomorskim putem.	Prvi put se javlja u Kartagini i trgovačkoj feničanskoj civilizaciji koja je spolja uticala na unutrašnji polumesec Evrope.

Reč je, dakle o telurokratiji (kopnu), talasokratiji (moru) i rimlandu („mekanom sloju"), kao tri najznačajnija prostora na kojima su se civilizacije milenijumima i vekovima sukobljavale i retko, sarađivale[2].

[1] Bžežinski Zbignjev (1999): *Velika šahovska tabla*, CID, Podgorica, 43.

[2] Sakan Momčilo (2013): "Paradigme geopolitike", *Naučnostručni časopis SVAROG br. 6*, Nezavisni univerzitet Banja Luka, 60.

Geoplotički uticajni faktori (SAD, Rusija, Kina, Indija, Turska i dr.) nastoje da obezbede kredibilnu moć (vojnu, spoljnopolitičku, ekonomsku i dr.) za realizaciju svojih ciljeva. Prisutna je i američko – ruska geopolitička konfrontacija na Arktiku, što u narednom periodu može dodatno usložiti postojeću situaciju u svetu.

Važno je prepoznati kompleksnost značaja aktuelnih američko – ruskih geopolitičkih suočavanja na evroazijskom tlu, kako bi se objasnila spoljnopolitička stremljenja ove dve svetske sile, kao i geopolitički procesi i promene.

Procene Samjuela Hantingtona se obistinjavaju. U članku koji je 1993. godine objavio njujorški „Foreign Affairs", Hantington je precizirao da nije došlo do pobede liberalne demokratije i svih karakteristika u ekonomskom i ideološkom smislu koje je ona nosila i da će se kao odgovor nasilnom širenju liberalne demokratije, kod naroda koji ne pripadaju zapadnoj zemljinoj hemisferi, početi da ispoljavaju civilizacijske i geopolitičke karakteristike. Pored atlantastičke civilizacije jačaće postojanje slovensko - pravoslavne, konfučijske tj. kineske, japanske, islamske, hinduističke, latinoameričke i afričke civilizacije[3].

Prva decenija 21. veka je donela podelu moći između najuticajnijih aktera na međunarodnoj političkoj sceni. Druga polovina 20. veka je prošla u bipolarnoj podeli sveta (1945-1989). Kraj 20. veka i prvu dekadu u 21. veka obeležila je unipolarnost (1990-2007), ali sve više teoretičara najavljuje multipolarnost u globalnom kontekstu.[4]

Razmatrajući navedeni odnos interesa i uticaja SAD i Rusije u Evropi, kao i težnje za jačanjem svojih pozicija, uslovljava se obostrana težnja za prilagođavanjem i pronalaskom novog načina spoljnopolitičkog nastupa i nametanja alternative aktuelnim modelima. Entuzijazam u iznalaženju samostalnog, jedinstvenog i prepoznatljivog spoljnopolitičkog imidža je u fokusu ruskih državnih institucija i postepeno se od strane državne administracije nameće interesnim regionima, propagirajući novi oblik političke teorije i ideologije.

3. Savremene političke teorije – uzročnici različitih ideologija i spoljnopolitičkih nastupa

Da bi se razumeo neki državni sistem i spoljnopolitički nastup koji proističe iz njega, potrebno je sagledati ideologiju i političke teorije koje utiču na njeno stvaranje. Na postulatima političkih teorija se razrađuju mehanizmi formalizovanja ideologija, koje utiču na stvaranje državnog sistema a kasnije i spoljnopolitičkog nastupa sa ciljem uticaja na geopolitičkoj sceni. U ovom poglavlju rada opisaće se stavovi relevantnih zapadnih i istočnih eksperata u oblasti političkih teorija. Kom-

[3] Huntington Samjuel (1993): "Clash of civilizations", *Foreign Affairs*, New York, 22-49.

[4] Stojković Biljana (2017): "Razvoj unipolarizma i multipolarizma u Novom dobu", *Vojno delo 07/2017*, Medija centar "Odbrana", Beograd, 9.

paracijom stavova Normana Berija[5] i Aleksandra Dugina[6] težiće se stvaranju opšte slike o političkim teorijama koje postoje i razvijaju se u aktuelnom trenutku utičući na stvaranje ideologija i spoljnopolitičkog kursa uticajnih geopolitičkih sila.

Norman Beri u svom delu „Uvod u modernu političku teoriju", političku filozofiju i političku misao analizira kroz aktuelno stanje u političkoj teoriji i shvatanje liberalnog individualizma.

Beri **liberalni individualizam** posmatra kao društveni poredak koji uključuje određene ekonomske, pravne i političke pojave. Težnja liberalnog individualizma je kako da se postojeći društveni poredak, sa gledišta individualističkog poimanja slobode, poboljša, unapredi i razvije. Značajan pomak svakako je i proširenje prava na prava životinja i njihovo blagostanje. Ova politička teorija zastupa stav da institucije koje vladaju društvom u kome je zastupljena liberalnost imaju pravo na univerzalnost postojanja kodeksa i pravila svojstvenih individualnosti, bez obzira na druge razlike koje se ispoljavaju. U objašnjavanju **političkog liberalizma** koji se deli na američki i evropski, esencijalno se ističe prioritet prava nad dobrim. U ovom slučaju se svaka osoba vrednuje po tome da kada nešto donosi prosperitetu u životu to radi na osnovu lične odluke, za koju se ne mora tražiti pomoć ili podršku u zajednici ili bilo kojoj vrsti kolektivizma.[7]

Prema Beriju slom **marksističkih režima** od 1990. godine izazvao je razlike i pometnju kod pristalica kolektivizma koji je bio zastupljen u tim državama. Pokazalo se da socijalizam nije bio sposoban da parira efikasnosti kapitalizma pa su sledbenici socijalističke ekonomije i etike preispitivali svoje stavove. Norman navodi da je jedan od glavnih uzroka sloma marksizma bilo stanovište da se pozitivizam i neka vrsta zakona u društvenim naukama mogu izvesti iz opsežnih istorijskih istraživanja. Stav Berija je da ljudi neće težiti postulatima izvedenim iz karakteristika ljudskog života, deduktivno izvedenih iz istorije i sa pretpostavkom da su univerzalne. Sklonost ljudi je da vrednuju stvari prema svom nahođenju, ljudske želje su neograničene, oskudica je stalno stanje ljudskog duha a koristoljublje karakteriše ljudsku prirodu.[8]

---

[5] Beri Patrik Norman (1944–2008.) je bio poznati engleski filozof, zastupnik klasičnog liberalizma. Veliki deo svog života je utrošio kao profesor socijalne i političke teorije na Univerzitetu u Bekingemu, jedinom privatnom univerzitetu u Engleskoj, čijem je razvoju i sam Beri mnogo doprineo. U svom profesionalnom opusu značajno je napomenuti da je 2005. godine dobio nagradu za životno delo od strane liberalističkog saveza.

[6] Aleksandar Guljevič Dugin rođen je 07.01.1962. godine u Moskvi. On je doktor političkih nauka, filozof, publicista, osnovač Pokreta neoevroazijstva, tvorac savremene ruske geopolitičke škole. Pripada pravoslavnoj staroobrednoj Crkvi, koja je u jedinstvu sa Ruskom pravoslavnom Crkvom. Politički se aktivirao u maju 1994. godine u „Pokretu nove desnice", zatim je sa Eduardom Limonovim osnovao Nacional-boljševičku partiju, a od 2001. godine lider je političkog pokreta „Evroazija". Govori devet jezika, između ostalog francuski, španski, engleski, nemački i arapski. Oženjen je i otac dvoje dece.

[7] Beri Norman (2012): *Uvod u modernu političku teoriju*, Službeni glasnik, Beograd, 34.

[8] Ibid, 35.

U nastavku prikaza društvenih odnosa i ideologija, Beri se osvrće na **feminizam** kao produkt liberalizma. Feministkinje su stava da građanskim društvima vladaju prava i okolnosti koje diskredituju žene i pružaju mušku dominaciju. Savremeno građansko društvo nije teren na kome se mogu nadmetati žene po principu dobrovoljnosti i nije samo dovoljno ispraviti diskriminaciju u javnoj sferi, jer su one sa njom suočene i u privatnoj sferi, prepuštene milosti ili nemilosti muškaraca. Porodica je zasnovana na konzervativnim pogledima i u njoj preovlađuje moć a ne moral i u njoj ne postoji sloboda ili jednakost već isključiv patrijarhat.[9]

Ove političke teorije uticale su na stvaranje ideologije, državnog uređenja i spoljnopolitičkih nastupa zemalja zapadne hemisfere i duboko su utkane u atlantski vektor na geopolitičkoj pozornici sveta. Ovaj vektor karakteriše globalizam kao jedan od načina ostvarenja interesa zemalja koje su pod navedenim političkim teorijama kreirale svoje državne sisteme.

Kritičari globalizacije saglasni su da je ovaj proces doneo niz anomalija koje su uticale na savremene međudržavne i društvene odnose. Ti negativni efekti suprotstavljaju se slobodi čoveka, ravnopravnosti i jednakosti među narodima, za koje se globalizam ili barem njegovi glasnogovornici zalažu. Kako bi se delom sačuvao proces globalizacije, a time i opravdala primena političkih teorija koje su preduslov njegove implementacije i širenja, belgijski premijer Gi Ferhofštad (Guy Verhofstad) je predložio modifikaciju aktuelnog stanja i razvoja globalizacije. On se zalaže za tzv. etičku globalizaciju, koju sačinjavaju slobodna trgovina, znanje i demokratija. Nju bi sprovodila nova svetska vlada u kojoj bi kao ravnopravni partner učestvovao i nerazvijene zemlje južne hemisfere Zemlje i razvijene ekonomske zemlje. Na ovaj način bi se globalizacija razvijala sa ciljem ravnopravnijeg udela i bila bi prihvaćena i od strane zemalja koje se protive eksploataciji od strane moćnih država samo u njihovu korist. Jedina zabrana u slobodnoj trgovini odnosila bi se samo na trgovinu naoružanjem.[10]

Kao jedan od istaknutih kritičara liberalizma i globalizma afirmisao se Aleksandar Geljevič Dugin. Dugin u prosperitetu savremenog ruskog društva vidi priliku za odustajanje od klasičnih političkih teorija, priliku za ispravno odgonetanje Postmoderne.[11]

On smatra da su sve političke ideologije, koje su kulminirale u 20. veku bile tvorevina Novog doba i njih je karakterisao duh Moderne. U današnjem vremenu napušta se takvo učenje. Govori se o „krizi ideologija", čak o „kraju ideologija".

[9] Ibid, 45.

[10] Prvulović Vladimir (2012): *Savremeni politički sistemi*, Megatrend Univerzitet, Beograd,199 – 200.

[11] Aleksadar Dugin u svom delu "Četvrta politička teorija", 20. vek predstavlja kao epohu Moderne. Epohu u kojoj su se smenjivale ideologije. Postliberalna Postmoderna po Duginu se danas ispoljava u praksi i predstvalja završetak Moderne, epohe u kojoj su doktatutu ideja zamenile dikatture stvari, bar kodova, šifri, lozinki. U Postmoerni, kao sinonimu završetka Moderne otelotvorene u liberalnom smislu ljudi nisu nenaklonjeni veri već su ravnodušni.

Dugin u svom naučnom opusu definiše glavne ideologije 20 veka i to:
- liberalizam (desni i levi),
- komunizam (uključujući kako marksizam tako i socijalizam i socijaldemokratiju),
- fašizam (uključujući nacionalsocijalizam i druge podvrste – Frankov nacional-sindikalizam, Peronov "justicijalizam", Salazarov režim itd.).

Ove glavne ideologije su se međusobno nadmetale oblikujući svu dramatičnu i krvavu političku istoriju 20 veka. Prva politička teorija, po stavu Dugina je liberalizam. Nastao je još u XVIII veku i pokazao se najtrajnijim i prilagodljivim u pređanjem periodu opravdavajući svoje pretenzije na potpuno nasleđe epohe Prosvetiteljstva.

Novi nivo tehnološkog razvoja omogućava prevazilaženje klasnog strukturisanja industrijskih društava (postindustrijalizam). U svojoj kritici liberalizma, Dugin ide do procena da je liberalizam prestao da bude Prva politička teorija i postao je jedina postpolitička praksa. Predviđanja Dugina su da se približava "kraj istorije", gde politiku zamenjuje ekonomija (svetsko tržište), a države i nacije se pretapaju u vrtlogu svetske globalizacije.[12]

Duginova Četvrta politička teorija daje novo otkriće. Ona osporava liberalizam. Dugin smatra da teologija postaje najvažniji element Četvrte političke teorije. Pod uticajem teologije, Postmoderna (globalizacija, Postliberalizam, postindustrijsko društvo) lako se prepoznaje kao „carstvo antihrista" (ili njegovih analoga u drugim religijama – „dadžal" kod muslimana, „erev rav" kod Judejaca, „kali-juga" kod Indusa itd.). To sada više nije metafora koja mobiliše mase, to je verska činjenica, činjenica Apokalipse.[13]

Duginova percepcija liberalizma kao političko-ekonomske filozofije i ideologija, ima uporište u sledećem:
– shvatanje ljudske individue kao mere svih stvari;
– privatna svojina je primarna i stvara se ubeđenost u njenu svetost;
– potvrđivanje jednakih mogućnosti kao moralnog zakona društva;
– uverenost u ugovorni osnov svih društveno-političkih ustanova, uključujući državu;
– ukidanje svih državnih, verskih i staleških autoriteta koji pretenduju na opšteobaveznu istinu;
– principu podele vlasti i stvaranje društvenih sistema kontrole nad svim ustanovama vlasti;
– građanskom društvu bez staleža, nacija i religija umesto tradicionalnog društva;

[12] Dugin Geljevič Aleksandar (2013): *Četvrta politička teorija*, MIR Publishing, Beograd, 17.
[13] Ibid, 22.

- prvenstvo tržišnih odnosa nad svim ostalim oblicima društvenih odnosa (teza „ekonomija – to je sudbina”);
- ubeđenost u to da istorijski put zapadnih naroda i zemalja predstavlja univerzalni model razvoja i progresa za čitav svet, koji se obavezno mora uzeti za merilo i uzor.

Dugin se svojom Četvrtom političkom teorijom zalaže za obnovu evroazijske ideje. Neoevroazijstvo je politička teorija izgradnje nove ruske države u sadašnjosti i budućnosti. On u svom delu procenjuje da su drugi narodi zainteresovani za to da u Rusiji započne evroazijski preporod i vešto prikriva tendenciju da neoazijstvo postane instrument spoljnopolitičkog uticaja Rusije. Treba imati u vidu da je Evroazija veoma kompleksan pojam. Ona predstavlja prostor sa prosečnom naseljenošću oko 90 stanovnika na km², koji je kao takav gusto naseljen ali ne i prenaseljen. Ovaj prostor karakterišu brojne rasne, etničke i nacionalne različitosti. Prostor Evroazije prožet je raznim jezicima i pismima koje koriste narodi koji ga naseljavaju. Međutim i pored te različitosti postoje srodne populaciono-identitetske grupacije i makro celine. Karakteristika tih celina je da se od susednih civilizacija razlikuju iako se delom prožimaju[14]. U prilog ovoj tezi ide gore navedena Hantigtonova podela zastupljenosti svetskih civilizacija na prostoru Evroazije.

Imajući navedeno u vidu, novi koncept evroazijske ideje – neoevroazijska koncepcija, koju jako podržava Dugin, prvenstveno se bazira na antiamerikanizmu.[15]

Obrazlagane Duginove činjenice su bile razmatrane od strane Vladislava Surkova prilikom planiranja i realizovanja reformi sistema u Rusiji i formiranja nove ideologije i spoljnopolitičkog nastupa. Surkov se odlučio na delimično opovrgavanje stavova Dugina, iako srž obe ideje dopire do istih vrednosti u vidu jačanju evroazijstva. Za razliku od Dugina, Surkov evroazijski pravac stvara kroz vizuru centralne ličnosti prikazane u idealu Vladimira Putina i stvaranja prepoznatljivog uticaja pod velom kovanice – putinizam.

4. Surkovljeva suverena demokratija i shvatanje političke suštine države

4.1. O Vladislavu Surkovu

Vladislav Jurjevič Surkov je rođen 21. septembra 1964. godine u selu Solntsevo, Lipetska oblast. Završio je Međunarodni univerzitet, a je magistrirao iz ekonomije 1985. godine. Služio u Sovjetskoj Armiji, sredinom u periodu od 1985. do 1991. godine.

[14] Stepić Milomir (2019): *Srpski geoplotički obrazac*, Catena Mundi, Beograd,79.

[15] Ibid, 80.

Profesionalno je bio angažovan u više privatnih i državnih organizacija i preduzeća u periodu od 1991. – 2013. godine. Od 20. septembra 2013. godine pomoćnik je predsednika ruske federacije Vladimira Putina.

Oženjen je i otac troje dece.[16]

4.2. *Putinizam – nova ruska ideologija*

Vladislav Surkov je stava da su se početkom 21. veka stvorili uslovi za slobodnu izgradnju nove ruske države. Ti uslovi nisu posledica stranog uticaja već tradicionalne istorijske osnove i temelja. Okrnjeni SSSR se sveo na Rusku Federaciju i u toj prilici Rusija je zaustavila proces dalje degradacije uz postepeni povratak na međunarodnu političku scenu, jačanjem i osvežavanjem stanja nacionalne svesti u narodu, kako na svojoj teritoriji tako i u susedstvu. [17]

Istorija je iznedrila četiri osnovna modela države, koji u neku ruku mogu biti vezani sa imenima njihovih stvaralaca: država Ivana Trećeg (Veliko kneževstvo/Carstvo Moskovsko i Sve Rusije, XV–XVII veka); država Petra Velikog (Ruska imperija, XVIII–XIX veka); Lenjinova država (Sovjetski Savez, HH vek); Putinova država (Ruska Federacija, XXI vek).[18]

Surkov smatra da je Vladimir Putin nosioc izgradnje nove ruske države i novog sistema društva. Prema njemu, Putinova nova država se uzdiže i osposobljava za dug i težak put. Efekti njenog uzdizanja biće vidljivi tek u budućnosti, gde će i posle mnogo godina Rusija još uvek biti Putinova država, kao što se Francuska još uvek naziva Degolovom Petom republikom. Postoji i primer Turske (iako su sada na vlasti antikemalisti) gde se većina naroda naslanja na Ataturkovu ideologiju „Šest strela“ i u isto vreme imamo takav procvat i u SAD koje se uveliko pozivaju na ličnosti i vrednosti polulegendarnih „očeva-osnivača“.[19]

Surkov ide dalje u objašnjavanju jačine Putinove države, propagirajući je i stvarajući mit o njoj. Mit koji će tek dobiti na snazi i služiti kao primer oživljavanja drugih država u procesu „diskreditacije“ liberalizma.

Sposobnost da se sluša i razume narod, da se problemi vide u potpunosti, u svoj dubini, i da se u skladu sa tim deluje – predstavlja jedinstvenu i bazičnu prednost Putinove države. Ona utiče na buđenje naroda, njegovu pasioniranost i u skladu je sa potrebama i težnjama naroda. Ovo ukazuje da ta država nije podložna rušilačkim opterećenjima suprotnih tokova istorije. Zbog toga, ona je efektivna i dugovečna. Egzistirajući u savremenom strukturalnom obliku ove nove države, sve institucije su podređene primarnom zadatku – poverljivom dijalogu i uzajamnom

[16] https://www.en.kremlin.tu/catalog/persons/2/biography, (09.04.2020).

[17] Surkov Vladislav, “Putinizam je oblik ruske državnosti za 21. vek”, https://www.standard.rs/2019/02/13/putinizam-je-oblik-ruske-drzavnosti-za-21-vek, (15.09.2020).

[18] Surkov Vladislav (2019): *Nacionalizacija budućnosti*, Poredak, Beograd, 55.

[19] Surkov Vladislav, “Putinizam je oblik ruske državnosti za 21. vek”, https://www.standard.rs/2019/02/13/putinizam-je-oblik-ruske-drzavnosti-za-21-vek, (15.09.2020).

prožimanju najviše vlasti sa građanima. Različiti činioci vlasti se personifikuju u ličnosti lidera i smatraju se ne vrednošću po sebi, već njenu vrednost određuje mera u kojoj obezbeđuju vezu s njim. Uporedo sa ovim činiocima deluju neformalni načini komunikacije koji nalaze načina da se zaobiđu formalne strukture i elitne grupe. A kada glupost, zaostalost ili korupcija stvaraju smetnje u linijama međusobne komunikacije, preduzimaju se energične mere da se „čujnost" obnovi[20].

Zbog toga Surkov čestim javnim agitovanjem za Putinizam teži da objasni i opiše Putinov sistem vlasti. Predočava široj javnosti kompleksnost ideja i obimnost putinizma kao ideologije budućnosti. Naredni period karakterisaće okolnosti i generisaće budućnost novih putinista. Oni su ti koji će nositi i graditi „putinističku Rusiju", za razliku od sadašnjeg Putina, koji nije putinista, isto tako kao što, na primer, Marks nije marksista i uopšte nije sigurno da li bi pristao da bude da je saznao šta je to. Zato Surkov insistira da se mora održati putinizam kao ideologija radi svih onih koji nisu Putin, a želeli bi da budu kao on. Radi mogućnosti prenošenja njegovih metoda i pristupa u vremena koja dolaze[21].

Sa druge strane, ovu ideologiju kritikuje Aleksandar Dugin koji je stava da Putinu u potpunosti pripada politička sadašnjost Rusije, ali na budućnost, koja će nastupiti odmah nakon njega, ona neće imati nikakvog uticaja. Prema njemu Putin svoju kontrolu nad budućnošću nije ocrtao. Ideju države još nije u celosti utvrdio, institucionalni izraz kursu koji se formirao oko njegove ličnosti nije uobličio, nova državna elita nije uspostavljena, strateški put Rusije nije formulisan.

4.3. *Suverena demokratija*

Suverenitet je opšte prihvaćen kao jedno od osnovnih obeležja svake države, pa je upravo ovaj pojam i osnov za međunarodne odnose država. Međutim, suverenitet naročito manjih i slabijih zemalja često je bio praktično ograničavan i to samo zbog političkih interesa velikih i moćnih država, što je naročito postalo aktuelno krajem prošlog veka i traje i danas.[22]

Prema Surkovu, ljudi svuda na planeti teže da egzistiraju slobodni u sklopu određenih zajednica koje su organizivane na pravednim načelima svojstvenim tim zajednicama. Te zajednice danas su nacije i svaki čovek se nada da i nacija kojoj pripada bude u korelaciji sa ličnim prohtevima tj. da bude slobodna. Snaga nacije, prema Surkovu, u Rusiji bi trebalo da u svoju korist usmeri aktuelni proces globalizacije, potisne negativne pojave korupcije, kriminalne samovolje, stvori nove vrednosti, i ojača ekonomiju i vojsku.[23]

[20] Ibid.

[21] Surkov Vladislav (2019): *Nacionalizacija budućnosti*, Poredak, Beograd, 57.

[22] Jovičić Dragomir (2011): "Suverenitet kao strukturalni element države u 21. veku", *Zbornik*, Fakultet za bezbednost i zaštitu Univerziteta Sinergija, Banja Luka, 193.

[23] Surkov Vladislav (2019): *Nacionalizacija budućnosti*, Poredak, Beograd, 15.

Svoje teze o suverenoj demokratiji Surkov je stvorio pod uticajem misli ruskog filozofa Ivana Aleksandroviča Iljina. Suverena demokratija u Rusiji je u skladu sa odredbama aktuelnog Ustava u kojem je definisano da je nosilac tog suvereniteta i jedini izvor vlasti u Ruskoj Federaciji njen višenacionalni narod i da niko ne može prisvajati vlast u Ruskoj Federaciji.[24] Suštinski, Surkov određuje suverenu demokratiju na ruski način kao politički život društva koji usmerava vlast. Cilj sprovođenja suverene demokratije na taj način se ogleda u dostizanju visokog nivoa blagostanja, slobode i pravde za svakog ko pripada zajednici naroda u Rusiji.

Vladislav Surkov teži uprošćavanju definicije suverene demokratije kao samoodržavanje naroda ili vladavine slobodnih ljudi. Suverena demokratija, po Surkovljevoj težnji, koja se formira u Rusiji, daje snagu i dostojanstvo ruskom narodu, razvija građansko društvo, stvara pouzdanu državu sa ekonomijom koja je konkurentna i omogućava postojanje mehanizma uticaja na svetske događaje.

4.4. *Političko shvatanje države po Surkovu*

Političko shvatanje Surkovljeve države i ideje koje su ugrađene u spoljnopolitičkom nastupu Rusije razmotrićemo sa aspekta njene ideološke percepcije, postulata na kojima je utemeljena, razloga koji su doveli da ona bude takva u aktuelnom trenutku i procena kako će se razvijati u budućnosti. U pogledu sagledavanja pitanja ovog poglavlja rada neće se ulaziti u strukturalnost državnog aparata, institucija, organizacija ili organa već se država razmatra sa političkog i ideološkog aspekta i stanja svesti jedne nacije. U konkretnom kako bi nova ruska država u biti trebalo da egzistira.

U percepciji savremenih ruskih političara pri kraju 20. veka, Rusija se našla u nekoj vrsti „ideološkog vakuma". Dotadašnji, već zastareo, komunistički sistem vrednosti je devastiran i skrajnut, a novi još nije bio zaživeo. Takva, postsovjetska Rusija je zašla u prepoznatljivu krizu identiteta i posledice su se manifestovale na političkoj, ekonomskoj, kulturnoj i ostalim sferama društvenog života. U ruskom narodu se javila ogorčenost i jasan otklon od komunističke ideologije u devedesetim godinama 20. veka. Takvo stanje, koje je suštinski dovelo do odustajanja za traganjem za sopstvenim idejnim okvirom, uticalo je na stvaranje vakuma i praznog prostora, pri čemu je dezorijentisani narod pohitao da je ispuni zapadnom (neo) liberalnom ideologijom. Efekti su bili suprotni od očekivanih. Umesto progresa desila se devastacija društva i sunovrat morala i nade.

Sterilni ekonomski „identitet" koji kvalitet pretvara u kvantitet, „vino u vodu" – samo je pogoršao efekte „mamurluka sivog jutra" postkomunizma i povredio dostojanstvo ruskog čoveka.[25]

[24] Ibid, 17.

[25] Surkov Vladislav, "Putinizam je oblik ruske državnosti za 21. vek", https://www.standard.rs/2019/02/13/putinizam-je-oblik-ruske-drzavnosti-za-21-vek, (15.09.2020).

Popularizujući jak ruski duh, Surkov zastupa stav da je ruski duh osetio potrebu za preispitivanjem i obnovom svog identiteta u novom, postmodernom dobu. Kao prekretnicu vidi dolazak Vladimira Putina na čelo sa kojim se završava maglovito stanje Rusije i dolazi do renesanse svesti i izlaska iz učmalosti stanja ruskog duha. Na razmeđi milenijuma, otpočelo je preispitivanje svih zapadnih vrednosti i povratak najpre na putanju stabilizacije, a potom i razvoja Rusije.

Nova nacionalna ideologije Rusije je stvorena sklopom istorijske situacije, koju su činile razne unutarpolitičke i spoljnopolitičke okolnosti i događaji. Ovi događaji su uslovili rekonfiguraciju i resistematizaciju državnih ciljeva.

Prvobitno su teroristički napadi u Beslanu 2004. pokazali ranjivost ruske države, a „narandžasta" revolucija u Ukrajini je prihvaćena kao neka vrsta scenarija koji bi brzo mogao da bude viđen i u Rusiji. To je, prema Surkovu prelomna tačka novije ruske istorije, tačka konačnog „preumljenja" ruske političke elite, crvena linija, „ruski 11. septembar", posle koga više ništa neće biti isto.

Nametanje i pokazivanje zapadnog uticaja i njegove demokratije u susedstvu (pored Ukrajine, tu su bili i Gruzija, Kirgistan, ali i pokušaji u Belorusiji) bila je znak za uzbunu. U uklanjanju mogućnosti koje bi dovele do obojenih revolucija u Rusiji aktivno je učestvovao i Vladislav Surkov. Zato je trebalo stvoriti novu rusku ideju, osnovni i novoutemeljeni put koji će postati brana nasrtaju bujica Zapada da „civilizuje", a zapravo disciplinuje Rusiju.

Surkov objašnjava da Rusija organizacijom nove ruske države teži realizaciji strateških i taktičkih ciljeva.

Glavni strateški cilj je očuvanje ruskog naroda. Praktično, Rusija mora da postane ekonomski, politički i vojno snažna, a u ideološkom smislu Rusija mora da stvara svoj „diskurs", suprotstavljajući se monopolu zapada u globalnoj težnji njihove dominacije.

Surkov je isključiv u tome da je nužno zaštititi rusko društvo od „narandžastih tehnologija" koje devastiraju tradicionalne vrednosti, izazivaju unutrašnje sukobe i pripremaju teren za duhovnu kolonizaciju od strane zapada. To se može sprečiti (a ovo je omiljena teza Surkova) stvaranjem „nacionalno orijentisanog vodećeg sloja društva". Ruska elita mora da napusti pogubnu „ofšor psihologiju" devedesetih.[26] Zato se mora ulagati u vrednosni sistem ljudi, u obrazovanje koje će u novoj Rusiji stvarati nacionalno odgovornu elitu i vraćati se pravim, tradicionalnim vrednostima.

Rusija će u narednom periodu intenzivno sprovoditi trgovinsku razmenu sa zemljama u okruženju i regionu, biće privlačna investitorima i ulagaće u znanje i razmenu znanja. Surkov jasno navodi da će Rusija svoje ciljeve ostvarivati kroz jedan od instrumenata spoljnopolitičkih uticaja – ratom, ali ne sa imperijalističkim ciljevima. Posebno ističe da se ostvarivanje ciljeva neće sprovoditi lažno izrečenim floskulama državnika na svetskim panelima i ne kao ranije samoodricanjem.[27]

[26] Ibid.

[27] Surkov Vladislav, The loneliness of the half-breed, https://eng.globalaffairs.ru/authors/vladislav-surkov/, (05.10.2020).

Neophodno je da nova ruska ideologija bude opšteprihvaćena u narodu, da postane nova „nacionalna ideja" koja odgovara njegovim istorijskim potrebama i interesima.[28]

Temeljitost nove države usmeren je ka obezbeđivanju suvereniteta koje neće štiti samo isključivom odbrambenom snagom već stvaranjem sistema koji će obezbediti konkurentnost na globalnom, svetskom tržištu na „otvorenom terenu", a ne u skloništu ili staklenom zvonu. Vlast mora ostati nacionalna, državna. Ona ne sme pasti u ruke nadnacionalnih i međudržavnih struktura. Veoma je bitno da svi prihodi od međunarodnih projekata iskorišćavanja ruskih resursa moraju opstati u Rusiji.[29]

Demokratija u Rusiji zauzima jedno od ključnih mesta u Surkovljevoj percepciji nastavka izgradnje nove i jake države. Njome se mora realizovati strateški cilj očuvanja naroda uz program humanizacije političkog sistema, društvenih odnosa. Razvoj kulture života svakog stanovnika je preduslov promena navika da se na život gleda sa obazrivošću uz otklanjanje egocentrizama koji je dominantan u svesti modernog čoveka.

Surkov u svojoj „Nacionalizaciji budućnosti" insistira na **građanskoj solidarnosti** kao snazi koja će sprečiti socijalne i vojne sukobe. Slobodno društvo se neće pomiriti sa masovnom bedom i neravnopravnom raspodelom društvenih prihoda. Kao vodeći sloj nacije, sloj koji će pokrenuti i nositi prosperitet i realizaciju države u skladu sa novom ideologijom, Surkov vidi skup preduzetnika, naučnika, radnika kulture, političara koji će svoje stvaralaštvo usmeriti ka nacionalnom prosperitetu. Obnovu države može izneti isključivo ovaj **stvaralački stalež slobodnih ljudi** sposobnih za inovacije prema nacionalnim ciljevima. **Kultura** je bitan element izgradnje pravih sistemskih rešenja i formiranja organizma koji će stvarati smisao i idejni uticaj.

Surkov je privržen uticaju meke moći na interesne sfere Rusije[30]. Izvori meke moći se nalaze u kulturi jedne države, njenim političkim vrednostima i njenoj spoljnoj politici[31]. Surkov teži da unapredi uslove i da jaka ruska država koristi meku moć kako bi ostvarila navedene ciljeve.

Obrazovanje i nauka su izvor sposobnosti za konkurenciju u međunarodnoj utakmici i trebalo bi da se koriste za stalni razvoj i jačanje nacionalne ekonomije. Stav Surkova je da je sistem obrazovanja infrastruktura buduće ekonomije znanja i uslov za investiranje.

Surkov se uzda u novu ekonomiju kao uslov za opstanak ruske nacije. U razmatranju Putinove države, Vladislav Surkov se osvrće na termin „derin devlet", koji su iz turskog političkog rečnika preuzeli američki mediji u obliku engleskog prevoda *deep state*. Na našem jeziku je tako dobijena „duboka" ili „dubinska država". Ovaj termin opisuje veoma nedemokratsku mrežu organizacija realne

[28] Ibid.

[29] Surkov Vladislav (2019): *Nacionalizacija budućnosti*, Poredak, Beograd, 30 – 31.

[30] Ibid, 38.

[31] Naj S. Džosef (2012): *Budućnost moći*, Arhipelag, Beograd, 110 -111.

vlasti i struktura bezbednosti, skrivenu iza zvaničnih demokratskih institucija izloženih za javnost. Suštinski, to je mehanizam koji u praksi deluje pomoću sabotaže zvanične politike. Otkrivši „duboku državu", Amerikanci se nisu posebno iznenadili, jer su o njenom postojanju dugo nagađali. Ako postoje „deep net" i „dark net", zašto ne bi postojala „deep state" ili čak „dark state"? Iznad duboke države instalirana je blistava fatamorgana demokratije, iluzija izbora, osećanje slobode, osećaj superiornosti i sl. Nepoverenje i zavist, koje demokratija koristi kao prioritetne izvore socijalne energije, prouzrokuju apsolutizaciju kritike i povišenje nivoa uzbunjenosti. Hejteri, trolovi obrazuju novu većinu, potisnuvši sa dominantnih pozicija srednju, intelektualnu klasu.

Vladislav Surkov u „Putinovoj dugotrajnoj državi" navodi da se nova ruska država ne deli na duboku i zvaničnu, već je izgrađena kao celina, od svih svojih delova i spoljnih manifestacija. [32]

U sagledavanju glavnih obeležja i principa nove države, Surkov izdvaja sledeće stavove:

1) Država kao viši interes
   „Volja za suverenošću", patriotizam kao ljubav prema otadžbini, jak paternalistički sentiment, jedinstveno državno milenijumsko iskustvo koje je stvorilo razumevanje ruskog čoveka za jaku državu, istorijski aktivnu i uticajnu. Država je u suštini društva, organizacija svih aspekata ljudskog života usmerenih ka jačanju naroda na teritoriji jedne države. Obnova, očuvanje tradicionalnih vrednosti i specifičnosti. Razumevanje i poštovanje drugih, uz pravo obrane svog ličnog identiteta proisteklog iz istorijskog konteksta.
2) Kolektivni idealizam nasuprot individualizmu i materijalizmu
   Sklonost ka „ideokratiji", tradicija žrtve zarad „ideje" u srcu je ruskog naroda. Blistavost među ruskim idejama jeste pravoslavlje, koje prožimajući i oblikujući ruski nacionalni karakter, utiskuje u njega već vekovima postojeći pečat „mesijanstva" bez koga je nacionalni život Rusa nezamisliv. Težnja je požrtvovanost svakog građanina za iskrene, rodoljubive ideje a ne ličnu korist i egocentrizam.
3) Nacionalni lider nasuprot nestabilnim većinama
   Personifikacija vlasti u liku prepoznatljivog lidera koji objedinjuje narod i otelovljuje njegove vrednosti i nade. Sve ruske epohe prepoznatljive su po ličnostima koje ih personifikuju. Neka vrsta kulta ličnosti u kome su sažete sve vrline jednog naroda i primer kakvi njegovi sledbenici bi trebalo da budu.
4) Sabornost nasuprot razjedinjavanju i raslojavanju
   Bogoslovski pojam koji prenet na društveno-političku ravan očitava sklonost ka konsenzualnom donošenju odluka. Zato je „jedinstvo" ključna reč ruske političke kulture. Težnja je da se sve društvene prilike i problemi rešavaju u što većoj i brojnijoj diskusiji, zajedništvu kompromisom i konsenzusom.

[32] Surkov Vladislav (2019): *Nacionalizacija budućnosti*, Poredak, Beograd, 60 – 63.

Rasparčavanje na manje grupe ili pojedince doprinosi slabljenju ne samo ideje već i države.

5) Pravda i sloboda nasuprot zlu i diktaturi
Pravda ima prednost nad slobodom, koja se shvata kao funkcija pravde. Pravda koja nosi dimenziju solidarnosti i socijalne odgovornosti[33]. Stvoriti pravni sistem koji će obezbediti funkciju pravednosti nad diktaturom koja teži da uruši kolektivne vrednosti i ideje koje doprinose višem, zajedničkom cilju.

Nova država težiće da svojim delovanjem i organizacijom stvara uslove da se pređašnji stavovi u potpunosti ostvare. Model će se zasnivati na kombinaciji postojećih rešenja uz pragmatično unošenje novih ideja. Navedeni stavovi su implementirani u praksi i vidljivi su efekti ruskog uticaja u sirijskom sukobu, dešavanjima u Turskoj, zaštitinički stav prema Belorusiji, jermensko-azerbejdžanskom konfliktu, na prostoru Balkana. Posebnost efekata spoljnopolitičkog nastupa Rusije na koji je uticao Surkov su vidljivi i prema odnosu sa SAD, Nemačkoj gde su antiglobalizam i isticanje suverene demokratije neskriveni.

Sa druge strane Surkov se suočava sa velikom kritikom unutar same Rusije, stvarajući mit o Putinu, kao i iz drugih zemalja sveta. Prema kritičarima kontrolu koju je tokom stvaranja novog ruskog poretka uspeo da oblikuje, kao i sistem stvaranja mitova i zabluda izašao je van granica Rusije. Upravo pod ovom ideologijom, Rusija u svetu utiče na stvaranje i održava široku mrežu lojalnih političara, aktivista raznih udruženja i novinara.[34] Iako su procene uticaja Surkovljevog spoljnopolitičkog stremljenja Rusije raznovrsne i u zemljama zapadne hemisfere minimizirane, efekat plasiranja putinizma kao savremene ruske ideologije ima efekata i infiltrira se kod pojedinaca, grupa i organizacija na evroazijskom tlu. Podršku na lakši način ostvaruju u pravoslavnom svetu, koji temeljeći se na istim duhovnim vrednostima, gradi početnu simpatiju nadolasku alternative utihnjujućem liberalizmu. Dodatni efekat stvara sve vidljiva i postojeća Hantingtonova procena jačanja civilizacija kao posledica liberalnog uticaja.

5. Zaključak

Aktuelne promene na geopolitičkoj sceni sveta usmerile su i odredile pokušaje stvaranja novih pogleda i političkih teorija. Nove političke teorije utiču na uređivanje državnih sistema i aktuelizovaće se u budućnosti. Cilj njihove pro-

[33] Mitić Andrej, "Savremeni ruski konzervatizam ideologija Jedinstvene Rusije", http://www.nspm.rs/savremeni-svet/savremeni-ruski-konzervatizam-ideologija-jedinstvene-rusije.html?alphabet=l, (12.10.2020).

[34] Gatehouse Gabriel, "The confusion around Russian 'meddling' means they're already winning", https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/mar/25/russian-meddling-vladimir-putin-vladislav-surkov (15.10.2020).

mene je pozicioniranje svetskih sila i prilagođavanje manje uticajnih zemalja sveta aktuelnoj uzburkanoj geopolitičkoj realnosti.

Sa jedne strane, zapadni svet pod uticajem liberalizma i dalje zadržava težnju njegove biti i opstanka. Sa druge, u istočnom delu, sa ruskim uticajem determinišu se novi pogledi i izražavaju nove ideje koje se postepeno implementiraju u praksi i imaju uticaja u svetskim kompleksnim odnosima i utiču na budućnost.

Suočavanje sa prošlošću i otvorena debata o identitetu, stvorili su nove strateške ciljeve u Rusiji. Ovi identifikovani i definisani ciljevi se ostvaruju jedan za drugim, sa istorijskom voljom, suverenitetom duha i države. Dinamičnost promena u savremenom svetu utiče na stalnu reviziju i nadogradnju političke teorije u Rusiji, putinizma i ruskog spoljnopolitičkog nastupa i interesa.

Surkovljevo političko shvatanje, organizacija savremene ruske države i uticaj na kreiranje spoljnopolitičkog nastupa Rusije je u kontekstu jačanja Rusije kao geopolitičkog aktera. Ovo shvatanje nailazi na različite stavove u samoj Rusiji ali i svezu. Međutim, ono se nedvosmisleno implementira u praksi, bez obzira da li se provlači kao zvanična politička ideologija ili je spoljnopolitički nastup u pravcu opisanih stavova Surkova ali pod velom diplomatskih veština. Jakim, odlučnim nastupom u kome je Surkov svakako uticao da Rusija obnovi i precizira svoje ciljeve kako na unutrašnjem tako i na spoljnopolitičkom planu, sprečen je dalji uticaj liberalizma i stvoren temelj ekonomskog i vojnog jačanja države u odnosu na prethodni period. Surkovljev model države i pored jakih kritika i unutar Rusije, predstavlja model koji može biti atraktivan za sve države koje pokušavaju da se otrgnu iz bujice liberalnosti i koje žele preuređenje međunarodnih odnosa na drugačijim principima. Izvesno je da će uticaj njegovih stavova, iako su prisutne razne informacije u vezi smene Vladislava Surkova sa dužnosti pomoćnika predsednika Rusije u februaru 2020. godine, biti i dalje prisutan u Rusiji, ne prenebegavajući činjenicu u vezi uticaja na kreiranje novih političkih uređenja i organizacija država koje postepeno prihvataju ili nastoje da oforme koncepciju samostalnosti i suverene demokratije.

Literatura

- Beri Norman (2012): Uvod u modernu političku teoriju, Službeni glasnik, Beograd.
- Bžežiski Zbignjev (1999): Velika šahovska tabla, CID, Podgorica.
- Dugin Geljevič Aleksandar (2013): Četvrta politička teorija, MIR Publishing, Beograd.
- Gatehouse Gabriel, „The confusion around Russian 'meddling' means they're already winning", https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/mar/25/russian-meddling-vladimir-putin-vladislav-surkov (15.10.2020).
- Huntington Samjuel (1993): „Clash of civilizations", Foreign Affairs, New York.
- Jovičić Dragomir (2011): „Suverenitet kao strukturalni element države u 21. veku", Zbornik, Fakultet za bezbednost i zaštitu Univerziteta Sinergija, Banja Luka.
- Mitić Andrej, „Savremeni ruski konzervatizam ideologija Jedinstvene Rusije", http://www.nspm.rs/savremeni-svet/savremeni-ruski-konzervatizam-ideologija-jedinstvene-rusije.html?alphabet=l, (12.10.2020).
- Naj S. Džosef (2012): Budućnost moći, Arhipelag, Beograd.
- Prvulović Vladimir (2012): Savremeni politički sistemi, Megatrend Univerzitet, Beograd.
- Sakan Momčilo (2013): „Paradigme geopolitike", Naučnostručni časopis SVAROG br. 6, Nezavisni univerzitet Banja Luka.
- Stojković Biljana (2017): „Razvoj unipolarizma i multipolarizma u Novom dobu", Vojno delo 07/2017, Medija centar „Odbrana", Beograd.
- Stepić Milomir (2019): Srpski geoplotički obrazac, Catena Mundi, Beograd.
- Surkov Vladislav (2019): Nacionalizacija budućnosti, Poredak, Beograd
- Surkov Vladislav, The loneliness of the half-breed, https://eng.globalaffairs.ru/authors/vladislav-surkov/, (05.10.2020).
- Surkov Vladislav, „Putinizam je oblik ruske državnosti za 21. vek", https://www.standard.rs/2019/02/13/putinizam-je-oblik-ruske-drzavnosti-za-21-vek, (15.09.2020).
- https://www.en.kremlin.tu/catalog/persons/2/biography, pristupljeno (09.04.2020).

Vladimir Lović

UDC 327(470)

DOI: 10.5937/MegRev2201217L
Review scientific article
Received 02.11.2020.
Approved 05.12.2020.

SURKOV'S UNDERSTANDING OF RUSSIA'S CONTEMPORARY FOREIGN POLICY

Summary: *Political theories, which are constantly upgrading and changing, are the foundation for creation of national and state ideologies. World powers strive towards spreading their own national interests through encouraging other countries of the world to accept their ideologies based on their own political theories. The geopolitical variability, not only regarding the spatial, but also the temporal factor, impacts the creation of new theoretical explanations and assessments. Liberalism as a dominant political theory in all its forms is no longer primary and present as it was in the beginning of the twenty first century. In the East emerges a new view and a new alternative to contemporary liberalism. The Neo-Euroasian geopolitical vector is creating conditions for a more influential role of Russia in the contemporary world. After the crisis in the end of the previous and the beginning of this century, Russia stabilized its economy and formed a new state system which influenced it to become a strong competitor to the US in the geopolitical space. According to Vladislav Surkov, Putinism is the future of the Russian power, and sovereign democracy is the paradigm of its influence. In conclusion, this contemporary Russian political theory is in its beginning, not only within but also outside the Russian borders, searching for its path as the model of future, representing the manner for fulfilling the Russian foreign policy goals and interests. In this research, we will use the methods of analysis, synthesis, hypotethical-deductive method, document content analysis, as well as comparative method.*

Keywords: *political theory, state, liberalism, interest, Putinism.*

Richard Douglas Kamara*

UDC 352(680)

DOI: 10.5937/MegRev2201235D
Original scientific paper
Received 26.09.2021.
Approved 19.10.2021.

DEVELOPING AND IMPLEMENTING AN EFFECTIVE FRAMEWORK FOR COOPERATIVE GOVERNANCE AND LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT (LED) IN SOUTH AFRICAN LOCAL GOVERNMENT**

Abstract: *The lack of a comprehensive institutional framework to promote joint participation in the development of local economies has hampered grassroots development efforts in South African communities. The majority of the South African local government authorities struggle to fulfil their developmental mandate. Notably, there're certain collaborative governance factors that tend to enhance the effectiveness and control of localised development. These factors are not captured in the integrated conceptual model that articulately depicts the relationships between these variables and their impacts on the perceived outcome of LED. This negatively impacts the municipality's ability to manage localised development well in collaboration with relevant stakeholders. A complete understanding of the relationships and dynamics of these variables is required to make recommendations for improving management and response to socio-economic concerns within the community through improved LED governance. Data were collected in six municipalities in the Western Cape, South Africa, to address these challenges. A qualitative study design paradigm based on interpretive philosophy was employed. The instruments used to collect the data were document reviews, interviews, and focus group discussions. The study analyses and evaluates the design and implementation of collaborative governance policies and initiatives in selected local governments in the Western Cape, South Africa. A normative, collaborative governance framework was developed in the study. This captures not only the enhancing and limiting factors of LED but also the relationship between these factors that can hinder the success of the collaboration between local governments and other key stakeholders. This integrated framework/model can inform future design, implementation, and evaluation of LED co-governance in small towns and future policies for improving co-governance and LED in small towns.*

Keywords: *Cooperative governance; policy and legal framework; institutional arrangements; intergovernmental relations; LED*

* PhD, Stellenbosch University, Cape Town. South Africa; dougrichy@gmail.com. ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1153-9215

** This paper is a part of the author's PhD dissertation.

1. INTRODUCTION

The emergence of LED presents a unique opportunity for the government, private sector and the community to work together in addressing the developmental and socio-economic concerns in their communities. This offers special possibilities for societies to become aware of their endowed assets and utilise them optimally to the mutual benefits of their localities. This would help them to improve their local economy rather than relying on external financial support.[1] There is widespread adoption of the concepts of public participation and engagement across all spectrums in South Africa. The public participation and engagement policy of South Africa[2] promotes greater public involvement of all stakeholders, *government, private sector and civil society* in making decisions that matters within their localities and holding government accountable for failing to deliver on their commitments. In a continued effort to institutionalise public participation in South Africa, a national LED framework of 2018 - 2018 was adopted in 2017.[3] The framework aims at re-imagining the role of the state and non-state in generating prosperity through local economies. It seeks to galvanise the vitality of effective intergovernmental coordination between the government and non-governmental sectors as a means to an end. Promoting inclusive representation and participation of all relevant stakeholders provides a viable and complementary alternative to the traditional bureaucratic governance mechanism.[4]

The collaboration of multiple stakeholder organizations has proven to be overwhelming, but the situation to ensure the effectiveness of this partnership is very difficult.[5, 6] According to Huxham & Hibbert[7] "Collaboration is notori-

1 ILO, 2008. Local Economic Development Outlook 2008. Geneva. In: C. Rogerson, ed. Local economic development in Africa: Global context and research directions. Development Southern Africa, pp. 465-480.

2 Department of Provincial and Local Government (DPLG). (2007). National Policy framework on Public Participation. Pretoria: Government printer

3 Department of CoGTA, 2017. The National Framework for Local Economic Development: Creating Innovation-driven Local Economies, Pretoria: Government printer.

4 Agbodzakey, J. K., 2015. Quantitative Evidence of Collaborative Governance of Broward and Palm Beach Counties HIV Health Services Planning Councils in Two Different Legislative Cycles. International Journal of Current Advanced Research, 4(12), pp. 520-530.

5 Kaiser, F. M., 2011. Interagency collaborative arrangements and activities: Types, rationales, considerations: Arthur D. Simons Center for the Study of Interagency Cooperation

6 Fedorowicz, J., Gogan, J. L. & Williams, C. B., 2007. A Collaborative Network for First Responders: Lessons from the CapWIN Case. Government Information Quarterly, 24(4), pp. 785-807.

7 Huxham, C. & Hibbert, P., 2008. Hit or myth? stories of collaborative success. In: ANZSOG, ed. Collaborative governance: a new era of public policy in Australia? Australia: University Printing Services, ANU, pp. 45-50

ously hard; success rates are frequently quoted to be as low as 20 percent". Based on their experience, Huxham and Hibbert argue that positive results have never been easy. Individuals need to have a realistic understanding of the costs and trade-offs required to succeed in a partnership. Daley argues that there is insufficient systematic evidence to document the conditions for effective collaboration between organizations. This paper highlights a knowledge gap as per the specific factors that can improve the efficacy of collaboration and cooperatives for LED in local government.

Some extant collaboration scholarships had attempted to propose the deterministic factors for effective collaboration using various models. Several scholars have proposed different models in their various attempts to articulate the deterministic factors for effective collaboration. While these studies were informative, they failed to draw out specific factors to consider when designing and implementing collaborative governance of LED initiatives, especially in small towns. The question remains unanswered as to the characteristics of dynamic design and implementation of strategies, policies, systems, and processes that facilitate collaborations aimed at improving systems management and local government response to socio-economic concerns within the community? These realities underpin the rationale for the research. This paper discusses the importance of LED and collaborative governance in the community space, followed by the design and determinants of effective governance of collaboration. The paper articulately presents the methodology used in this study, the key findings of the study, and the emanated model from the study are all explicitly stated in this paper. In addition, this paper describes the shortcomings of the study. Finally, the study ends with recommendations for future studies.

2. LITERATURE REVIEW

There is no unified conceptualisation of the term "cooperative governance". The term has been defined in many ways but has the same connotation. Borrowing this term from the World Bank,[8] collaborative governance brings together diverse stakeholders across public, private and civil society to address common concerns for better sustainable outcomes. Simply put, it can be described as a stakeholder's initiative and practice. Key stakeholders come together in the hope of facilitating collaboration and exchange thoughts while meaningfully negotiating shared ideas and values concerns. Contextually, collaborative governance goes beyond the perceived relationship within the government. It also encompasses the relationship between government, private sector and civil society. Given the above definition, one can deduce that the principal aim of collabo-

[8] World Bank, 2014. Increasing the effectiveness of multi-stakeholder initiatives through active collaboration. In Governance Working Paper WP1314, Washington, D.C: World Bank.

rative governance is to create a collaborative spirit based on mutual trust and understanding. Tan & Selvarani[9], argue that the comprehensive structure of collaborative governance is rooted in the concept of independence and collaboration, where actors within the system have equal rights, obligations, and responsibilities and agree to manage the system collectively.

Cloete et al.[10] argue in favour of collaborative governance for South Africa as an emerging liberal democracy. The scholar's contest is that collaborative governance will be a crucial catalyst tool to promote cooperation between government sectors and between the government, private sector and civil society.

Given the constitution of the Republic of South Africa makes it constitutionally mandatory for local government to promote the active involvement of relevant stakeholders in making decisions regarding development issues within their communities. This provision aimed at conferring on the non-state (business sector and civil society) the actual responsibilities for the outcome of the policy. It inferred that states and non-states are encouraged to work together for social concerns and take responsibility for their actions.

2.1. Design of Cooperative Governance

Designing and managing collaboration is a complex initiative built around challenges such as shared approaches, work processes, commitments, accountability, and mutual trust. Previous literature on collaboration has emphasized that the lack of these ingredients affects the outcome of cooperation. This paper seeks to promote collaborative governance through the voluntary participation and cooperation of governments, the private sector, and civil society organizations working towards common goals to address local concerns. The knowledge regarding the specific factors to be considered in the design of collaborative governance and processes to achieve perceived outcomes is rudimentary.

Kim[11] articulates that the governance structures and work process of collaborative governance are different from the mainstream bureaucratic governance system. Kim explains that the differences between the two types of governance can be found in their structures and working methods. The governance structures in collaboration are more horizontal than traditional bureaucratic governance structures, including function and outcome, and have a flexible focus on solving com-

[9] Tan, C. C. & Selvarani, P., 2008. Coping with Cooperatives. In M. Z. Munshid Bin Harun & R. Bin Mahmood, eds. The relationship between group Cohesiveness and Performance: An empirical studies of the cooperative movement in Malaysia. Malaysia: International Journal of Cooperative Studies, 1(1), pp. 15-20

[10] Cloete, F., Rabie, B. & De Coning, C., 2014. Evaluation management in South Africa and Africa. 1st edn. ed. Stellenbosch: African Sun Media.

[11] Kim, H., 2008. An application of collaborative governance model in the radioactive waste siting processes in Buan. The Study of Korean Public Administration, 20(1), pp. 47- 76.

mon interest problems. The focus in most municipalities tends to be on compliance rather than whether the resulting output addresses community and social issues.

As Eun[12] clearly illustrates, collaborative governance promotes an outward rather than an inward relationship. As opposed to the egocentricity of bureaucracy, collaborative governance respects the environment, human rights, freedom, and peace. It is not a formal position of authority, but rather a combination of knowledge, information, and problem-solving skills.

In contrast to the egocentricity of the bureaucratic structure, collaborative governance respects the environment, human rights, freedom, and equality. It is notable that perceived success of collaborative governance is heavily dependent on leadership. The types of leadership established by collaboration entities emphasize mutual trust and respect based on integrity. Leadership must create a supportive and credible culture for collaboration to succeed.[13, 14]

According to Eun, the collaboration process is closely monitored through interview and communication protocols to ensure stakeholders' responsibilities are validated based on performance, not compliance or post-assessment. Bureaucratic governance is characterised primarily by opportunistic attitudes, competition, and conflict, as opposed to a collaborative governance structure based on the principles of long-term relationships based on shared vision and trust. Notably, however, collaborative governance is not immune from pockets of conflicts of interest among the role-players. The Collaborative structures should be designed effectively to minimise conflict of interest and instil mutual trust among role-players to enhance shared goals and values among themselves. Importantly a conflict resolution plan is a component of an effective design of collaborative governance.

Some scholars contend in favour of a hybrid type of governance arrangement for collaboration, a mixed of horizontal and top-down approaches.[15, 16, 17]Given this orientation, role-players in collaboration seek to engage vertically through top-down approach to set priorities and push through a collective agenda. However, collabora-

[12] Eun, J., 2010. Public accountability in collaborative governance: Lessons from Korean community centers. http://sspace.snu.ac.kr/bitstream/10371/68990/1/09_Jaeho_Eun.pdf. [Accessed on 26th November 2019]

[13] Buick, F., 2013. The culture solution? Culture and common purpose in Australia. In: In Crossing Boundaries in Public Management and Policy. Routledge, pp. 98-111.

[14] O'Flynn, J., Buick, F., Blackman, . D. & Halligan, J., 2011. You Win Some, You Lose Some: Experiments with Joined-up Government. International Journal of Public Administration, 34(4), pp. 244-254

[15] Keast, R., 2011. Joined-up governance in Australia: how the past can inform the future. International Journal of Public Administration, 34(4), pp. 221-231

[16] Ling, T., 2002. Delivering joined–up government in the UK: dimensions, issues and problems. Public administration, 80(4), pp. 615-642.

[17] Matheson, C., 2000. Policy formulation in Australian government: Vertical and horizontal axes. Australian Journal of Public Administration, 59(2), pp. 44-55

tive relations (horizontal) are required to enhance the collective values of collaboration. Keast proposes both top-down and bottom-up joint initiatives, especially when involved in a policy network consisting of resilient leaders at multiple levels is required.

In addition, the work process clearly distinguishes collaborative governance from bureaucratic governance. Work process describes the processes through which diverse stakeholders in a collaborative initiatives dialogue make decisions. In a collaborative initiative dialogue, the work process describes the processes of bargaining and negotiating that conclude decisions.

As a result of its distinctive nature, this process differs from traditional bureaucratic routines in that it emphasizes management skills of enablement required to engage independently with stakeholders arrayed horizontally, rather than from traditional hierarchical command and control regimes.

Several collaborative initiatives are entrenched in the ideology of consensus as a decision norm; in no majority but based on unanimity where a single person can veto an agreement on the concerns under negotiation. Stakeholders collaborate to achieve mutual goals, in contrast with bureaucratic routine, where, diverse units compete to achieve their respective goals. In a bureaucratic routine, public managers focus more on how to comply with the rule within the scope of their delegated authority and responsibility. Emphasis is on compliance with the rule of the game, rather than the performance

2.2. Determinants of Collaborative Governance

Several antecedent frameworks and empirical research were pragmatically reviewed in the study to identify the critical factors that determine the efficacy of collaboration or cooperative governance for LED. Though these were evolved and based on the diverse context, the guidelines and recommendations from the study could be applied to the cooperative governance for LED aimed at improving responsiveness and system management of socio-economic concerns within the municipalities. It is maintained that organisations collaborate for a variety of reasons, including the need to address complex problems, to gain legitimacy, to be more efficient in their delivery, and attract resources.[18]

Collaborative governance aimed to build collective and resilient capacity[19] through an inclusive, deliberative process[20, 21] and principled by multi-stakehold-

[18] Provan, K. G. & Kenis, P., 2008. Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness. Journal of Public Administration Research and Theory, 18(2), pp. 229-252

[19] Agranoff, R., 2006. Inside collaborative networks: Ten lessons for public managers. Public administration review, Volume 66, pp. 56-65.

[20] Fishkin, J., 2009. When the People Speak. Deliberative Democracy and Public Consultation, New York: Oxford University Press.

[21] Innes, J. E. & Booher, D. E., 2010. Planning with Complexity: An Introduction to Collaborative Rationality for Public Policy, London and New York: Routledge.

ers, amongst other things, government, parastatals, private and the civil society to render and implement collective[22] and multi-jurisdictional decisions to address a shared problem which could not be solved by unilateral actions[23], all for the communal good of the society in question.[24, 25, 26, 27]

In the past decade different scholars have proposed several alternative theoretical frameworks for collaboration, such as: Communicative Framework of value in cross-sector partnerships;[28] an integrative framework for collaborative governance (Emerson, et al., 2012); collaborating to manage;[29] modes of network governance (Provan & Kenis, 2008); collaborative governance;[30] managing within networks;[31] collaboration processes;[32] and Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations (Bryson, et al., 2006). Even though these frameworks may differ in certain ramifications, they have much in common in their endeavours to articulate various contextual elements presents in a collaborative environment, tending to influence the outcomes of collaboration.[33, 34]

Given the scholarship of Emerson, et al. (2012) as contained in the integrative framework of collaborative governance, certain contextual issues established in the environment of collaboration, influence collaborative outcomes. Those

[22] Fisher, R., Ury, W. & Patton, B., 2011. Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In 2nd Edition. MA: Random House Business Book.

[23] Emerson, K., Nabatchi, T. & Balogh, S., 2012. An integrative framework for collaborative governance. Journal of public administration research and theory, 22(1), pp. 1-29.

[24] Bingham, L. B. & O'Leary, R., 2008. Big ideas in collaborative public management, Armonk, NY: M.E. Sharpe

[25] Edigheji, O., 2010. Constructing a Developmental State in South Africa: Potentials and Challenges, Pretoria: HSRC Press, Inc.

[26] Zurba, M., 2014. Levelling the playing field: Fostering collaborative governance towards on-going reconciliation. Environmental Policy and Governance, 24(2), pp. 134-146.

[27] Emerson, K. & Nabatchi, T., 2015. Evaluating the productivity of collaborative governance regimes: A performance matrix. Public Performance & Management Review, 38(4), pp. 717-747

[28] Koschmann, M. A., Kuhn, T. R. & Pfarrer, M. D., 2012. A communicative framework of value in cross-sector partnerships. Academy of Management Review, 37(3), pp. 332-354

[29] Agranoff, R., 2012. Collaborating to manage: A primer for the public sector. Georgetown University Press

[30] Ansell, C. & Gash, A., 2008. Collaborative governance in theory and practice. Journal of Public Administration Research and Theory, Volume 18, p. 543–571

[31] Agranoff, R., 2007. Managing within networks: Adding value to public organizations, s.l.: Georgetown University Press

[32] Thomson, A. M. & Perry, J., 2006. Collaboration processes: Inside the black box. Public Administration Review, Volume 66, pp. 20-32

[33] Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Stone, M. M., 2015. Designing and implementing cross- sector collaborations: Needed and challenging. Public Administration Review, 75(5), pp. 647-663

[34] Kamara, R. D., 2017. Creating enhanced capacity for local economic development through collaborative governance in South Africa. Socio Economic Challenges, 1(3), pp. 98-115.

factors are: Procedural and operational arrangements regarding the processes and organisational structures needed to govern the collaboration processes; The leadership roles required, either at the beginning of the collaboration or during the collaboration process, to guide the implementation of the collaboration (Bryson, et al., 2006)[35]; the knowledge and capacity acquired through the resource leverage. Agranoff[36] therefore maintains the term 'knowledge' in this context concerning the social capital of shared knowledge, weighed, processed and integrated with the values and judgements of all participants.

Challenges exist to obtain stakeholders to participate in local government matters. As emphasised by Davies,[37] the enabling policies and legislation and the public participation structures established by the municipalities to encourage and promote public participation at local government is not doing enough to woe the interest of the community (private and civil society) to participate meaningfully in developmental concerns of their municipalities. The crux of Davies's argument was on the existence of some certain barriers which hinders the communities from engaging fruitfully in local government issues. These barriers range from power relations, participative skills, political wills, a lack of trust, a lack of accessibility, consultative structure, and insufficient financial resources at the local level, historical factors, and community disillusionment with political government ineffectiveness.

As noted by Davies, some examples mentioned above are from other countries but are still relevant to South Africa. Provided these barriers, the question is, "What are the specific determining factors for effective cooperative governance for LED, especially in small towns"? In the study, several antecedents and extant models and frameworks on the determinants of successful collaborative governance were reviewed, starting from the study of Austin[38], *The Collaboration Challenge: How Non-profits and Businesses Succeed Through Strategic Alliances*, which contained a set of guidelines tagged: "Seven C's of Strategic Collaboration"—for use in designing and assessing inter-organisational alliances. The seven C's are: Connection with purpose and people; Clarity of purpose; Congruency of mission, strategy and values; Creation of Value; communication between partners; continual learning and commitment to partnership.

---

35 Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Stone, M. M., 2006. The design and implementation of Cross-Sector collaborations: Propositions from the literature. Public administration review, Volume 66, pp. 44-55.

36 Agranoff, R., 2008. Collaboration for knowledge: Learning from public management. In: L. B. Bingham & R. O'Leary, eds. In Big Ideas in Collaborative Public Management. Armonk, NY: M.E. Sharpe, pp. 162-194

37 Davies, B., 2005. Communities of practice: Legitimacy not choice. Journal of Sociolinguistics, 9(4), pp. 557-581

38 Austin, J. E., 2000. Strategic collaboration between non-profits and businesses. Non-profit and voluntary sector quarterly, 29((1_suppl)), pp. 69-97

Amongst numerous collaborative models and framework reviewed are: Mattessich & Monsey[39] on *factors influencing success of collaborations*; Casey[40] Success *factors in inter-organisational relationships;* Chen[41] *Determinants of perceived effectiveness of inter-organisational*; Ales, et al.[42] *Developing and Implementing an effective framework for Collaboration*; Bryson, et al. (2015)*Designing and implementing cross-sector collaborations;* Olson, et al. [43] *Factors contributing to successful inter-organisational collaboration;* Franco (2011) on *Factors in the success of the strategic alliance* and Emerson, et al. (2012) scholarship on *Integrative framework on collaborative governance*

Additional extant studies reviewed were that of O'Leary & Vij[44] on the most important issues, concepts, and ideas in collaborative public management research and practice today; Kożuch & Sienkiewicz-Małyjurek[45] *Factors for effective inter-organisational collaboration*; Ysa, et al.[46] *Determinants of network outcomes* and the study of Roberts, et al.[47] on the valid measurement of collaboration within organisations as defined by Thomson, et al.[48] The various propositions contained in these literatures were synthesised to establish their commonalities and the discerning concerns between them. Those with similar ideas were group together to form the basis for the empirical study.

[39] Mattessich, P. W. & Monsey, B. R., 1992. Collaboration: what makes it work. A review of research literature on factors influencing successful collaboration, 919 Lafond, St. Paul, MN 55104.: Amherst H. Wilder Foundation

[40] Casey, M., 2008. Partnership–success factors of interorganizational relationships. Journal of nursing management, 16(1), pp. 72-83

[41] Chen, B., 2010. Antecedents or processes? Determinants of perceived effectiveness of inter-organizational collaborations for public service delivery. International Public Management Journal, 13(4), pp. 381-407

[42] Ales, M. W., Rodrigues, S. B., Snyder, R. & Conklin, M., 2011. Developing and implementing an effective framework for collaboration: The experience of the CS2day collaborative. Journal of Continuing Education in the Health Professions, 31(S1), pp. S13-S20.

[43] Olson, C. A., Balmer, J. T. & Mejicano, G. C., 2011. Factors contributing to successful inter-organizational collaboration: The case of CS2day. Journal of Continuing Education in the Health Professions, Volume 31, pp. S3-S12

[44] O'Leary, R. & Vij, N., 2012. Collaborative Public Management: Where Have We Been and Where Are We Going? The American Review of Public Administration, 42(5), pp. 507-522

[45] Sienkiewicz, M. W., 2014. Municipal development strategy as an instrument of local economic development policy. Socialiniai tyrimai/ social research, 3(36), pp. 13- 15

[46] Ysa, T., Sierra, V. & Esteve, M., 2014. Determinants of network outcomes: The impact of management strategies. Public administration, 93(3), pp. 636-655.

[47] Roberts, D., Van Wyk, R. & Dhanpat, N., 2017. Validation of the Thomson, Perry and Miller (2007) collaboration instrument in the South African context. SA Journal of Human Resource Management, 15(1), pp. 1-11

[48] Thomson, A. M., Perry, J. K. & Miller, T. K., 2008. Linking collaboration processes and outcomes: foundations for advancing empirical theory. In G. Bingham & R. O'Leary, eds. Big ideas in collaborative public management. Armonk, NY: M. E., pp. 97-120

3. RESEARCH DESIGN AND METHODS

An interpretive research design, specifically a case study approach, was used to analyse the specific aspects involved in designing, implementing, and evaluating LED-based cooperative governance. The study is located within the constructivist/interpretive paradigm, which reflects on definitions and pursues to understand the context, using a range of qualitative approaches[49]. Employing interpretive research design assists the researchers to understand the dynamics of policies and legal frameworks and as well as its implementation in promoting cooperative governance, that informs and fosters local economic development in selected six municipalities in Western Cape in their natural settings, and construct meanings that individual attached to their experiences[50, 51, 52].

These municipalities are Hessequa, Kannaland, Oudtshoorn, Mossel Bay, Swellendam and Theewaterskloof Municipalities. A mixed of factors were taken into consideration that assisted in an informed decision on the choice of municipalities suitable for comparative study. It can be maintained that there is no significant difference in the local economies of the six selected municipalities characterised by informal small businesses. The latter was another concern in the study, relating to concerns of inclusive participation of the private, civil society and government in the local governance and system management of LED within a municipality. The need to be able to match economic similarities between these comparing cases was another impetus for the selected municipalities.

The data collection instruments used for the investigation are key informant interviews, focus group discussions and documentary analysis. Semi-structured interviews were conducted with 24 key informants drawn from the six municipalities; District offices (Eden and Garden route); Western Cape Department of Economic Development and Tourism (DEDAT); Department of Cooperative governance and Traditional Affairs (CoGTA); NGOs/CBOs and business chambers in the District Municipalities. Specifically, the participants were: Executive Mayors and Councillors; Local Economic Development (LED) and Integrated Development Planning (IDP) staff; Officials of DEDAT, CoGTA and South African Local Government Association (SALGA); and Representatives of business and civil society.

Focus group discussions were facilitated with sixteen (16) participants which mostly involved the participation of the Mayors and the Mayoral committees of

[49] Mouton, J. (2011). *How to succeed in your masters & doctoral studies: A South African guide and resource book.* Pretoria: Van Schaik.

[50] Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *The sage handbook of qualitative research.* Thousand Oaks, CA: Sage.

[51] Esterberg, K. G. (2002). Qualitative Methods in Social Research. Boston: McGraw-Hill.

[52] Jones, S. (2002). (Re)writing the word: Methodological strategies and issues in qualitative research. *Journal of College Student Development, 43*(4), 461-473.

Hessequa and Theewaterskloof municipalities, and IDP staff of Garden Route (Eden) district municipality in George. Twenty (20) documents were analysed in the study to systematically assess the policy and legal framework that informs cooperative governance for LED in the selected six municipalities in the Western Cape. These were a mixture of relevant policy documents and implementation strategy documents retrieved from the public domain of the municipality, government department and public agencies. The predominant numbers of these documents were the municipality's IDP and the municipality's LED strategy and implementation plan. These were a mixture of relevant policy documents and implementation strategy documents.

The method of analysis chosen for this study to analyse the transcripts and organisational documents was a data-driven inductive approach of qualitative methods of thematic analysis aimed to identify patterns in the data employing thematic codes. Atlas.ti8.4.14™ software package was employed to extract, compare, explore, and aggregate the data to delineate the relationships amongst emerging themes.[53]

4. RESULTS AND DISCUSSIONS

This section of the paper presents discussions on the key findings of the study. The key findings emanating from this study fall into the following thematic areas, namely, policy and legal framework; specific LED challenges; Institutional arrangements; Intergovernmental relations (IGRs); and Monitoring and Evaluation (M&E). These themes and its associated sub-themes are presented in table 1 below. Each of these themes is further discussed below in detail

Table 1: *Synthesised findings for further discussions*

S/NO	MAIN THEMES	SUB-THEMES
1	Policy and legal framework	Policy design issues Policy implementation
2	Specific LED challenges	Resources/capacity challenges of LED Issues of implementation Level of trust
3	Institutional arrangements	Understanding roles and responsibilities Role-players' involvement/participation Silos approach Resources/capacity constraints Collaboration structure/governance Role-players' willingness and commitment Level of trust

[53] Friese, S. (2019). ATLAS.ti 8.4 Windows Quick Tour update. Berlin, Germany:: Atlas. ti Scientific Software Development.

S/NO	MAIN THEMES	SUB-THEMES
3	Institutional arrangements	Implementation plan Mechanism for dispute resolution Mechanism to promote accountability Attainment of perceived benefits
4	Intergovernmental Relations (IGRs)	Unattained perceived support Poor monitoring and reporting Issues of implementation Undefined roles and responsibilities
5	Monitoring and Evaluation (M&E)	Poor coordination

Author's own (2021)

4.1. Policy and Legal Framework

The relevant policy documents and the legal framework reserve a place for public participation in the system of local governance where municipalities are required to build partnerships between the private sector, civil society and local government. Imperatively, the normative and legislative framework where collaboration operates exogenously influence the performance of the collaboration as it regulates the set-up and functioning of control agenciesexternal to the network.[54, 55, 56] The White Paper on local government (WPLG)[57] reflects this idea and envisioned for local government as a developmental sub-national government, committed to work for and with the local community.

The study findings revealed that the policy and legal framework for LED and its associated framework fail to articulate the specific roles and responsibilities of the key role-players, especially that of the business sector and the civil society. Arguably, both sectors are increasingly involved in matters of development within the local community. The private sector is becoming the lead player in the deployment of resources for LED, such as capital, technology, and human resources. The study maintained that the private businesses with the shared value for their business and the society could create entrepreneurial opportunities, contribute to technology transfer and develop local industries.[58] The civil

[54] Turrini, A., Cristofoli, D., Frosini, F. & Nasi, G., 2010. Networking Literature About Determinants of Network Effectiveness. Public Administration, 88(2), pp. 528-550

[55] Cepiku, D., 2014. Network performance: towards a dynamic multidimensional model. In R. Keast , M. P. Mandell & R. Agranoff, eds. Network theory in the public sector: building new theoretical frameworks. New York: Taylor Francis /Routledge, p. Chapter 11

[56] Cepiku, D. & Giordano, F., 2014. Co-production in developing countries: Insights from the community health workers experience. Public Management Review, 16(3), pp. 317-340

[57] Republic of South Africa (RSA), 1998. White paper on Local Government. Development of Constitutional Development, Pretoria: Government Printer

[58] Krishna, A., 2011. An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. Journal of Consumer Psychology, 22(3), p. 332–351

society emerged as a strategic partner in the development process as they pursue to develop an alternative way of facilitating economic development and creating public value through emerging initiatives in their localities.[59, 60, 61]

Barely enough can be achieved consequently by all key role-players (state, private and civil society) on matters of locality development without the provision of enabling statutes that delineate the roles and responsibilities of the respective role-players. The study observed that failures to define roles and responsibilities of role-players, as a consequent lead to duplication of roles and responsibilities.[62, 63]

The study findings reveal that the LED policy and legal framework emerge as outdated. The policy and legal framework influence the way local authorities conduct matters of local development. According to Rogerson[64], LED's role is barely mentioned in the National Development Plan. The analytical concern is the relevance of these policy documents, encountering modern realities. The high pace and scale of advancement in high-tech, specifically in digital, robotics, and automatic applications are profoundly reshaping individuals' personal and professional life. It poses a great challenge to public policymaking and implementation in matters of development. Several processes and structures in public entities, developed over the last few centuries, would soon become obsolete and irrelevant.[65] With the emergence of Artificial Intelligence (AI) technologies, where machines can perform some tasks traditionally and exclusively perform by humans, brought a new dimension to humanity. AI holds significant promise for the public sector undergoing a transformation with robotics and automation, changing the provision of public services.

Public sector procurement of AI-powered technologies presents challenges concerning legal liability, where a decision taken by an algorithm harms some-

[59] Ghaus-Pasha, A., 2005. Role of civil society organizations in governance. In 6th global forum on reinventing government towards participatory and transparent governance. Seoul, South Korea

[60] Oduro-Ofori, E., 2011. The role of local governments in the LED promotion in Ghana', PhD thesis, Dortmund: Technical University of Dortmund

[61] Mutabwire, P., 2012. Local governments assessment, Kampala: Ministry of Local Government

[62] Greijing, S., 2017. Local Government Support Partnerships (previously referred to as Business Adopt a Municipality (BAaM): Experiences. A paper presented at 2017 National LED Conference, Pretoria: CoGTA

[63] Kahika, G. & Karyeija, G. K., 2017. Institutional roles and the implementation of Local Economic Development, Kasese District, Uganda. Africa's Public Service Delivery and Performance Review, 5(1), pp. 1-9

[64] Rogerson, C. M., 2014. Reframing place-based economic development in South Africa: The example of local economic development. Bulletin of Geography, Volume Socio-Economic Series 24, pp. 203-218

[65] Agarwal, P.K., 2018. Public administration challenges in the world of AI and bots. *Public Administration Review, 78*(6), pp.917-921.

one's life. Following these complexities of the modern era, the credibility and relevancy of the national framework and its associated strategies in the wake of the 4th industrial revolution are questioned. The ability of these policies and strategies to support the development of a resilient and sustainable local economy in a contemporary era characterised by automatic and robotics applications occasioned by 4IR, is put into question. Although it was established in the study that some selected six municipalities reviewed their LED strategies, some municipalities are still employing their outdated LED strategies and implementation plans.

The study findings revealed the concern of policy assessment mechanism to monitor and assess the performance of the policy and legal framework. The complexity of modern government beckons the usage of effective policy assessment mechanisms within the LED policy and legal framework to provide both institutional and sectoral guidance for assessing the usefulness and relevance of the framework on the ground. This would also enable the stakeholders to consult and synchronise the policy, and be able to resolve any inconsistencies or conflicts in either the policy development or implementation. To monitor and evaluate LED legal policy and framework, the study chose to advocate for an integrated approach whereby the LED key stakeholders (government, state, private, and civil society) would be prominently and actively involved throughout the process.

The study identified that no formal mechanisms were established with clear guidance for the arbitration of LED policy and legal framework, not to mention the ability of the assessment mechanism to formulate sub-national positions on policy options and to resolve conflicts of interests. This renders it difficult to provide reports or feedback on policy performance to establish what is effective to replicate in the form of good practice and what is under-performing for review.

For accountability, informed policymaking, and improved governance of LED, three complementary actions are required, such as monitoring, analysis, and reporting. Monitoring to gather evidence about how the policy is working in practice, justifying the data through analysis, and reporting to policymakers and the public. The challenge, as established in the study, is the absence of an articulated M&E policy framework in the selected municipalities. Consequently, this background hinders the ability of the system to access updated information on the performance and effectiveness of policies crucial for accountability and learning.

As rightly maintained by Ryan & Walsh[66], a need exists for such a framework and reporting mechanism for collective initiatives. Collecting and analysing evidence about the impacts of LED policy and its associated strategies on addressing socioeconomic concerns within local municipalities, and reporting it to the state, policymakers, and the public, as appropriate, is critical in assessing how policies are performing and, more importantly, in policymakers re-prioritizing and refining policy development instruments and objectives for local municipalities.

[66] Ryan, C. & Walsh, P., 2004. Collaboration of public sector agencies: reporting and accountability challenges. International Journal of Public Sector Management, 17(7), pp. 621-631

4.2. Specific Challenges in Local Economic Development

While the local governance of LED holds promises for the future development of localities, cognisance of actual constraints and challenges is needed to bedevil it, derailing its course to the *promised land*. In this context, the following challenges were identified:

- resources/capacity constraints
- concerns of implementation
- a level of trust
- political challenge
- socio-economic and environmental/ecological challenge.

Discussion on each of these challenges are presented in the following sections.

Resources/capacity challenges of local economic development

Given the findings from this study, the challenge of a lack of resources or capacity at the local government level was one of the most cited reasons against LED. The responsiveness of both the national and sub-national spheres of government to mitigate the difficulty of capacity constraints stimulated the conception and implementation of a plethora of capacity-building initiatives, often associated with myopically designed specific training to develop individual capacities at a municipal level. As a consequence, the concern about capacity constraints remains unresolved, continuing to impair the promise of LED in local government.

The concern of resource constraints is most prominent concerning the funding of development projects or endeavours within the municipality, especially in small towns with a limited income. As acknowledged by Ngobese[67] in a presentation at a MISA conference, underprivileged municipalities take solace in government grants and loans owing to their inability to draw on a substantial tax base and the inability of the residents to pay for services. This has therefore severely impacted on maintaining the existing infrastructure. With regards to the intergovernmental fiscal system in South Africa, it suffices to mention that the system is, characterised by the dependence of the municipality in transfers from the national sphere of government. The system recognises the imbalance between the expenditure functions assigned to them and the instruments at their disposal to generate their revenues.

[67] Ngobese, X., 2018. Key infrastructure challenges in rural municipalities, opportunities and solutions. MISA presentation. COGTA. Retrieved from. [Online]: Available at: https://www.salga.org.za/dev/miif/Presentations/1%20MISA%20infrastracture%20 Financing.pdf.

Concern of implementation

The study established that the local municipality plays a pivotal role in designing and implementing LED strategies and interventions. The strategic position of the municipalities provides them with the leverage to undertake long-term development planning in collaboration with business and civil society. The study findings identified the successful implementation of LED strategies within municipalities as a major challenge. Challenges emanate from a range of factors, as indicated as follows:

- insubstantial institutional arrangements
- a lack of effective collaboration of the trio (local government, private, and civil society)
- inadequate funding
- skill capacity shortage

Level of trust

Trust was widely debated in the conceptual framework as a vital component required for the success of collaborative endeavours aimed at improving the system management of LED planning and implementation in municipalities. A lack of trust reduces commitments from stakeholders. It was maintained that, notwithstanding the various efforts to improve the system management of LED through multi-stakeholders, mistrust between the local government and civil society suffocates energy for LED. A dire need exists to restore trust as the missing link.[68]

4.3. Institutional Arrangements

Understanding within a comprehensive spectrum the nature and dynamics of institutional arrangements for local governance of LED within the municipality holds a key function for the effective implementation of LED within the municipality. It assisted in providing insights on how the interactions amongst the key role-players assist to shape and improve the socio-economic outcomes of developmental strategies within the six selected municipalities. As suggested by Meyer & Venter,[69] for LED to be effective, appropriate institutional arrangements must exist within municipalities that can convert policies and strategies into meaningful interventions in conjunction with all relevant stakeholders. The study examined the viability and functional coherence of the key institutional

[68] Ngobese, X., 2018. Key infrastructure challenges in rural municipalities, opportunities and solutions. MISA presentation. COGTA. Retrieved from. [Online]: Available at: https://www.salga.org.za/dev/miif/Presentations/1%20MISA%20infrastracture%20 Financing.pdf.

[69] Meyer, D. F. & Venter, A., 2013. Challenges and solutions for local economic development (LED) municipal institutional arrangements. The case of the Northern Free State. Administratio Publica, 21(4), pp. 91- 113

arrangements for LED within the municipalities, with a special focus on development fora through an integrated approach to some findings. Various interactive factors were identified to influence the effective performance of LED institutional arrangements within municipalities:

- understanding roles and responsibilities
- stakeholders' involvement/participation
- silos approach
- capacity/resources
- collaboration structure/governance
- stakeholders' willingness and commitment
- level of trust
- implementation plan
- mechanism for dispute resolution
- mechanism to promote accountability
- attainment of perceived benefits

Specifically, the aspects of stakeholder's involvement/participation, capacity/resources and mechanism for dispute resolution as influencing factors stood out most prominently.

4.4. Intergovernmental Relations (IGRs)

The theory and practice of IGR is based on the principle of cooperation between the three spheres of government in South Africa. This necessitates analysis and alignment of the various functions and obligations of multi-actors (states and non-states) into future strategic objectives. IGR structures were established at various levels of government (national, provincial, and local) as a catalyst to drive cooperation and collaboration between spheres of government and to ensure that developmental outcomes and results were achieved. The study results indicate several constraints established to affect the effectiveness of IGR in the selected six municipalities. These factors fall under the following thematic areas:

- Unattained perceived support
- Poor monitoring and reporting
- issues of implementation
- Undefined roles and responsibilities of the respective sphere of government

4.5. Monitoring and Evaluation

The study results indicated a certain degree of performance monitoring and reporting conducted to measure the perceived outcomes of LED institutional arrangements in some of the six municipalities, such as in Mossel Bay municipalities and Hessequa municipalities. There were still cases of lapses established

in these municipalities concerning poor coordination of monitoring and reporting. A related study by Mello[70] suggests that one of the primary reasons why municipalities in South Africa were failing to deliver on their constitutional mandate was ineffective monitoring of intervention and poor management of intervention after the transition.

In providing the latest report on the performance of South African municipalities for the 2019-20 financial year, the Auditor General of South Africa laments on the undesirable deteriorating state of municipalities in their accountability for financial and performance management.[71] Surprisingly, only 11% (27 municipalities) out of a total of 257 surveyed municipalities, received a clean audit. As emphasised in the report, performance management is essential as it describes the achieved progress on commitments to the community on services and development through the IDP for the 5-year term of the administration. An audit was awarded to municipalities with credible and disciplined records. The AG's audit established that flaws in the municipality's performance report were mostly attributable to poor planning, management, and reporting of performance (National Treasury, 2021). These difficulties do not augur well for achieving the commitments contained in IDPs.

However, stemming from the 2019-20 report, only one of the six selected municipalities (Oudtshoorn) obtained an 'unqualified with findings 'audit report. The reports confirm the study findings, related to the concern of inadequate coordination of M&E in some of the six selected municipalities.

5. PROPOSED NORMATIVE MODEL/FRAMEWORK FOR LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AND COOPERATIVE GOVERNANCE

The study aimed to contribute to a normative monitoring and evaluation framework by enhancing the option for employing a model in guiding the design, implementation, and assessment of LED-based cooperative governance. The proposed framework aims to reinforce and galvanise the utility of the outcomes-based model for measuring cooperative governance performance in LED matters. The proposed model/framework was derived from the findings obtained from various sources through multiple data collection instruments, including documentary reviews, focused group discussion, and individual interviews with key informants and stakeholders (municipality, private, and civil society) within the selected municipalities. The evolved proposed normative model was compiled and based on the comments, objectives, and anticipated outcomes of LED-based coopera-

[70] Mello, D. M., 2018. Monitoring and evaluation: The missing link in South African municipalities. TD. The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa, 14(1), pp. 1-6.

[71] National Treasury, 2018. Auditor-General South Africa. [Online] Available at: https://www.agsa.co.za

tive governance arrangements of the selected six municipalities examined in the study. Moreover, the emerging concepts from the various models of collaborative governance reviewed in the study provided the basis for the proposed normative framework and model. This approach involved the designing of a model, which illustrates the relationships between the various factors and the perceived results of the collective undertaking (LED-based cooperative government arrangement of comparable municipalities in the Western Cape), as indicated in Figure 1.

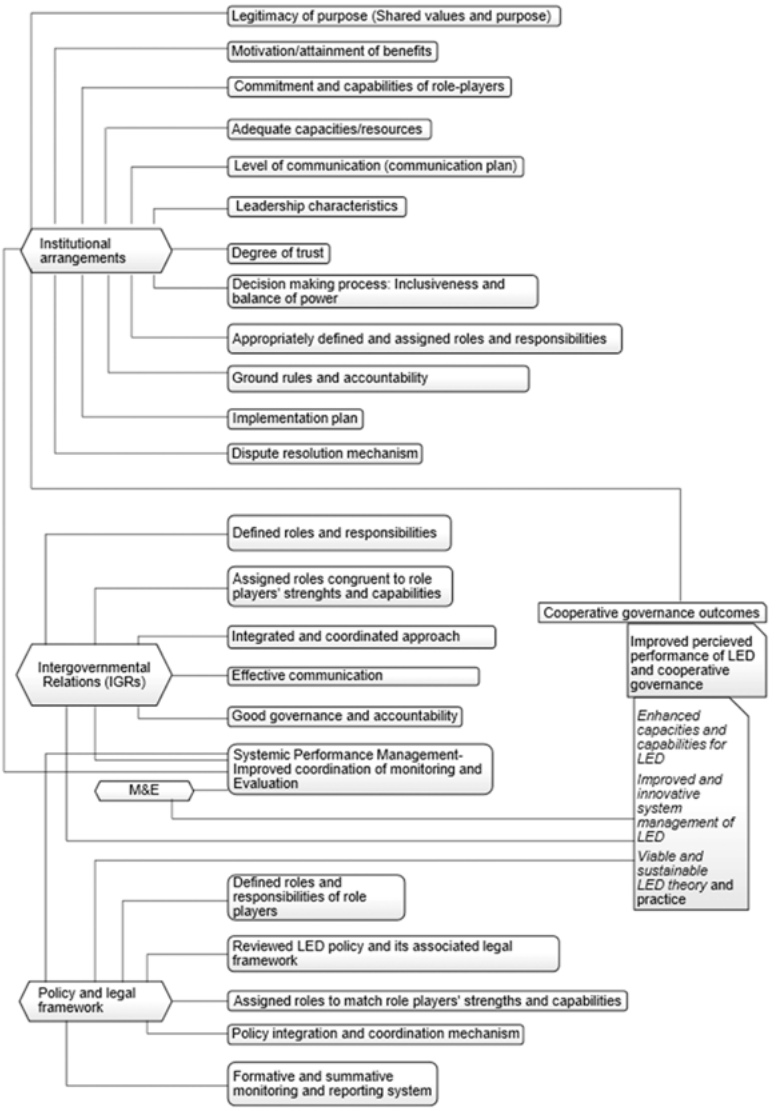


Figure 1: *Proposed normative framework/model for LED and cooperative governance*

5.1 Description of the Proposed Normative Model/Frameworks

The study findings were carefully considered to obtain key factors to be considered in designing, implementing, and assessing LED performance results and the performance results of collaborative governance in local government, specifically in the selected towns. As shown in figure 1, these variables were grouped together to produce four main themes and 23 corresponding elements via institutional arrangements, intergovernmental relations, monitoring, and evaluation. As depicted by the figure, the 4 main themes are linked to the corresponding elements (23) in a pattern that shows their relationships. The combination of the interaction of these factors signals the perceived outcomes of LED and collaborative governance. Notable achievements are observed, such as improved LED capacity and functionality, sustainable LED theory and practice, innovative system management, improved policy and legal framework, and overall improved LED performance.

5.1.1. Policy and legal framework.

From the perspective of enabling legal policy and framework, effective collaboration for LED should be characterised by the following elements.

- Updated policy and legal framework for LED and public participation
- Articulated roles and responsibilities of role-players
- Assigning roles to match the role-player's strength and capabilities
- Improved policy integration and coordination mechanism
- Mechanism for Monitoring and Evaluation

Updated policy and legal framework for LED and public participation

Inadequacies in the current legal and regulatory framework for LED, cooperative governance, and public involvement were uncovered during the research that informs this paper. Given the complexities of modern municipal administration, the enabling policy and legal framework must be evaluated every five years in order to accomplish perceived collaborative outcomes. An updated legislative and legal framework in LED, cooperative governance, and public participation are all crucial factors to consider while designing and executing collaboration in LED.

Articulated roles and responsibilities of role-players

The policy guidelines should articulate the roles and responsibilities of role-players. This assists in mitigating concerns of a laissez-faire approach commonly associated with implementation and thus promotes accountability amongst role-players.

Assigned roles to match role-player's strength and capabilities

Arguably, the ability of role-players in collaboration to perform their respective roles and responsibilities is partly and jointly a function of their capabilities and motivation. Poor performance on the part of role-players due to incapacity can be reduced by ensuring that the roles assigned to them are congruent with their ability to deliver.

Policy integration and coordination mechanism

The investigation uncovered several instances of disconnected and uncoordinated policy methods being used to administer LED and cooperative governance in the concerned local government.This issue can be reduced by enacting policies that enable policy alignment in the pursuit of greater efficiency.

Formative and summative monitoring and reporting system

A framework for policy monitoring and assessment should be in place to ensure that the policy is capable of achieving the stated goals. This can be accomplished by using mechanisms for monitoring and reporting, as well as regular inspections and controls.

5.1.2. Institutional arrangements

Given the results of the study, this paper seeks to galvanise the imperativeness of a functional institutional structure to the success of collaboration. Specifically, in this context, a well-functioning institutional arrangement in local government would be catalytic in transforming policies and strategies into meaningful intervention outcomes with all relevant role-players in the community. To achieve these objectives, this paper identifies various aspects or components that must be added to the collaborative menu to make it more appealing.

- the legitimacy of purpose (shared values and purpose)
- motivation/attainment of benefits
- commitment and capabilities of role-players
- adequate capacities/resources
- level of communication (communication plan)
- leadership characteristics
- degree of trust
- decision-making process: inclusiveness and balance of power
- ground rules and accountability
- appropriately defined and assigned roles and responsibilities
- implementation plan
- dispute resolution mechanism

The legitimacy of purpose (Shared values and purpose)

An important ingredient for establishing and maintaining a collaborative culture is the presence of a legitimate sense of purpose. Collaboration requires a clear understanding of and commitment to collaboration goals. The best way to achieve this is to involve the role-players jointly in determining these goals.

Motivation/attainment of benefits

This paper argues that effective collaboration aims to meet local government development goals, promote organizational learning, and boost interaction between role-players and stakeholders. This paper further argues that role-players are interested in joining a collaborative arrangement because of perceived benefits. The purpose of collaborating, as stated by the governance arrangements, serves as an encouragement for role-players to participate in the collaboration.

Commitment and capabilities of role-players

The paper establishes the fundamental importance of role-players' commitment and capabilities to the success of collaboration. Effective collaboration requires role-players who are willing to commit resources, such as time, knowledge, and capital to collaborative endeavours.

Adequate capacities or resources

The study identified resource and capacity constraints as a major concern for the success of LED arrangements across the six selected municipalities. The availability of adequate resources was considered as a salient variable to be considered in achieving productive collaboration in LED within the municipalities. Resources or capacity are enhanced through contributions from role-players or by pooling resources from various role-players.

Level of communication (communication plan)

The study identified communication effectiveness as a fundamental factor for collaboration success, specifying the extent of communication enhancement amongst role-players. An effective communication plan is recommended. The issue of governance in collaborative structures was established as a major determinant for effective LED collaboration within the selected (six) municipalities. In this context, the collaborative governance regime can be deconstructed or analysed in this context to include leadership characteristics; definition and

assignment of roles and responsibilities; inclusiveness; level of trust; accountability; implementation plan; dispute resolution mechanism

Leadership characteristics

The fundamental importance of facilitative leadership was established in the study as a key element in convening and steering collaborative arrangements. The collaborative process requires good-spirited, innovative, and entrepreneurial leadership with an encompassing interest in delivering initiatives producing shared benefits through a shared system of actions. These arguments address a fundamental concern that certain facilitative skills and proficiency are required for collaborative leaders to identify, coordinate, and manage the collaborative process proactively. These are facilitative, knowledge-based, and behavior-related attributes. Some of the facilitating skills emerging from this study are listening skills; enabling skills; connecting skills; championing skills; strong negotiation skills; relationship and team-building skills; and influencing skills. Another required proficiency is knowledge related attributes regarding, understanding mandates and other institutions; economic development knowledge; local knowledge of the environment; and effective analytical and decision-making skills. Finally, collaboration leadership must exhibit related behavioural characteristics such as honesty and openness; flexibility; compliance with legislation and institutional arrangements; and respect and democratic behaviour.

Degree of trust

The study indicated that trust is needed to enhance collaborative outcomes. Given the level of uncertainty frequently associated with collaborations, a lack of trust threatens the commitment of role-players to the collaborative process.

Decision-making process: Inclusivity and power balance

The decision-making process in a collaborative arrangement can be improved through inclusiveness and equitable power-sharing amongst the role-players in the decision-making processes. A collaborative regime must be characterised by a power share between the role-players.

Ground rules and accountability

This study indicated that formidable ground rules that profoundly articulate and incorporate the respective roles and responsibilities of the role-players involved, and authentic reporting and iterative engagement with key role-players, assist in fostering accountability in collaboration. A ground-rule in a collaborative arrangement assists in regulating the behaviour of the role-players in the arrangement.

Appropriately defined and assigned roles and responsibilities

As previously discussed in the context of the policy and legal framework, the roles and responsibilities of role-players should be articulated in order to avoid ambiguity and thus promote performance coordination. Importantly, role-players in collaborative arrangements are assigned roles and responsibilities compatible with their strengths and capabilities.

Implementation plan

There is a need for an implementation plan to guide the processes and procedures of the arrangements regarding the governance structure of the institutional arrangement for LED.

Dispute resolution mechanism

Concerning the governance of the arrangement, a mechanism to resolve arising conflicts in the arrangement must be established.

5.1.3. Intergovernmental relations (IGRs)

IGRs aim to promote cooperation across the government's three levels. Fundamentally, one of the overarching principles underpinning the IGR approach is the nature of support to be provided to municipalities by the district, provincial and national governments. This study established across the six selected cases that municipalities received inadequate intergovernmental support to foster developmental and statutory mandates within their municipalities. Provided the myriad of emerging concerns in this context, the following key factors were recommended for consideration in the design of resourceful IGRs aimed at providing adequate support to municipalities. These factors are

- defined roles and responsibilities
- assigned roles congruent to role-players' strengths and capabilities
- integrated and coordinated approach
- effective communication
- effectivegovernance and accountability

Defined roles and responsibilities

The role and responsibilities of the various levels of government in IGRs need to be defined to avoid ambiguity and fragmentation of roles and responsibilities.

Assigned roles congruent to role-players' strength and capabilities

In addition to articulation of role and responsibility, delegated tasks, and duties, must match the strength and capability of the participating authority. Put simply, the one-size-fits-all approach of assigning roles and responsibilities should be rescinded and be replaced by a more flexible, context-based approach.

Integrated and coordinated approach

An integrated and coordinated implementation approach of IGR should be considered, ensuring that responsibilities are not fragmented or duplicated.

Effective communication

Effective communication between the three branches of government was reported in the study as a crucial requirement for the productive performance of IGRs. A communication plan is required where various channels are monitored to ensure effective communication is structured, enhancing IGR communication.

Good governance and accountability

Good governance relates to the ability of IGRs to achieve appropriate development policy objectives, aimed at sustainably developing society. Good governance centres on how efficiently resources are allocated and managed, directed by accountable role-players in IGRs and executed by a resolute team of professionals collectively to address socio-economic concerns within municipalities. The study established that good governance is characterised by specific features, such as participatory, consensus orientation, accountability, transparency, unbiasedness, responsiveness, inclusiveness, and compliance with the rule of law.

5.1.4. Monitoring and Evaluation (M&E)

Another major factor that emerged from the study was the concern about M&E. In this regard, some rudiments for effective M & E of LED and cooperative governance across the six selected municipalities were established as lacking, resulting in inadequate coordination of monitoring and reporting of municipal performance. The study recommended employing systemic performance management to improve the coordination of monitoring and evaluation systems within municipalities.

- systemic performance Management-Improved coordination of monitoring and evaluation system

Monitoring and reporting performance should be a belief across the spectrums of policy and enabling legal frameworks, institutional arrangements, and IGRs, if this recommendation is followed. Regular monitoring and reporting have to be done to establish policy performance regarding its achievement of desired objectives. Design and implementation of institutional arrangements and IGRs should be regularly monitored and evaluated for performance review. This process would, therefore, assist in providing reports or feedback on the performance of policies, institutional arrangements, and IGRs to determine what is functioning to replicate in the form of good practice and what is under-performing for possible review.

6. STUDY LIMITATIONS

The researcher was interested in conducting the focus group discussions with more mayors and mayoral committee members in all the six selected municipalities instead of only three of the municipalities as was eventually carried out in the study. Some people were unwilling to participate in the research. Alternative focus group discussions were held with other high-ranking LED officials from the selected towns that were able to contribute relevant insights and perspectives on the situation. In addition, as leverage, pertinent documents were inspected.

7. DIRECTIONS FOR FUTURE RESEARCH

The study has evolved a framework or model that could assist policy makers and implementers in formulating decisions about the collaborative governance of development projects aimed at improving the socio-economic conditions of the community. The framework was based on a specific context in the selected small towns. Future research might be conducted to see if the same methods utilized in this study could yield the intended outcomes in a similar setting (towns).

8. CONCLUSION

The principal objective of this paper was to examine the specific factors to be considered in designing and implementing collaborative/cooperative governance for LED in selected, comparable municipalities in the Western Cape Province. LED was conceptualised in the context of collaborative governance, providing the operationalisation of both concepts (LED and collaborative governance) to examine the specific success deterministic factors for collaborative/cooperative governance in LED. Identifying these specific factors would assist in designing and implementing effective collaborations aimed at achieving perceived out-

comes in LED. The study's findings, insights, and theoretical propositions are based on the perspectives and experiences of the LED key role-players/stakeholders in the chosen context. The paper fulfils the quest of the study to develop a normative framework/model for determining the specific factors to be considered for designing and implementing effective collaboration in LED. The framework captures the relationships between these variables, which can positively influence the local government's ability to manage successful LED in a collaborative manner.

REFERENCES

- Agarwal, P.K., 2018. Public administration challenges in the world of AI and bots. Public Administration Review, 78(6), pp.917-921.
- Agbodzakey, J. K., 2015. Quantitative Evidence of Collaborative Governance of Broward and Palm Beach Counties HIV Health Services Planning Councils in Two Different Legislative Cycles. International Journal of Current Advanced Research, 4(12), pp. 520-530.
- Agranoff, R., 2007. Managing within networks: Adding value to public organizations, s.l.: Georgetown University Press
- Agranoff, R., 2008. Collaboration for knowledge: Learning from public management. In: L. B. Bingham & R. O'Leary, eds. In Big Ideas in Collaborative Public Management. Armonk, NY: M.E. Sharpe, pp. 162-194
- Agranoff, R., 2006. Inside collaborative networks: Ten lessons for public managers. Public administration review, Volume 66, pp. 56-65.
- Agranoff, R., 2012. Collaborating to manage: A primer for the public sector. Georgetown University Press
- Ales, M. W., Rodrigues, S. B., Snyder, R. & Conklin, M., 2011. Developing and implementing an effective framework for collaboration: The experience of the CS2day collaborative. Journal of Continuing Education in the Health Professions, 31(S1), pp. S13-S20.
- Ansell, C. & Gash, A., 2008. Collaborative governance in theory and practice. Journal of Public Administration Research and Theory, Volume 18, p. 543–571
- Austin, J. E., 2000. Strategic collaboration between non-profits and businesses. Non-profit and voluntary sector quarterly, 29((1_suppl)), pp. 69-97
- Bingham, L. B. & O'Leary, R., 2008. Big ideas in collaborative public management, Armonk, NY: M.E. Sharpe
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Stone, M. M., 2006. The design and implementation of Cross-Sector collaborations: Propositions from the literature. Public administration review, Volume 66, pp. 44-55.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Stone, M. M., 2015. Designing and implementing cross- sector collaborations: Needed and challenging. Public Administration Review, 75(5), pp. 647-663

- Buick, F., 2013. The culture solution? Culture and common purpose in Australia. In: In Crossing Boundaries in Public Management and Policy. Routledge, pp. 98-111.
- Casey, M., 2008. Partnership–success factors of interorganizational relationships. Journal of nursing management, 16(1), pp. 72-83
- Cepiku, D. & Giordano, F., 2014. Co-production in developing countries: Insights from the community health workers experience. Public Management Review, 16(3), pp. 317-340
- Cepiku, D., 2014. Network performance: towards a dynamic multidimensional model. In R. Keast , M. P. Mandell & R. Agranoff, eds. Network theory in the public sector: building new theoretical frameworks. New York: Taylor Francis /Routledge, p. Chapter 11
- Chen, B., 2010. Antecedents or processes? Determinants of perceived effectiveness of interorganizational collaborations for public service delivery. International Public Management Journal, 13(4), pp. 381-407
- Cloete, F., Rabie, B. & De Coning, C., 2014. Evaluation management in South Africa and Africa. 1st edn. ed. Stellenbosch: African Sun Media.
- Daley, D. M., 2009. Interdisciplinary Problems and Agency Boundaries: Exploring Effective Cross-Agency Collaboration. Journal of Public Administration Research and Theory, 19(3), pp. 477-493
- Davies, B., 2005. Communities of practice: Legitimacy not choice. Journal of Sociolinguistics, 9(4), pp. 557-581
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), The sage handbook of qualitative research. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Department of CoGTA, 2017. The National Framework for Local Economic Development: Creating Innovation-driven Local Economies, Pretoria: Government printer.
- Department of Provincial and Local Government (DPLG). (2007). National Policy framework on Public Participation. Pretoria: Government printer
- Edigheji, O., 2010. Constructing a Developmental State in South Africa: Potentials and Challenges, Pretoria: HSRC Press, Inc.
- Emerson, K. & Nabatchi, T., 2015. Evaluating the productivity of collaborative governance regimes: A performance matrix. Public Performance & Management Review, 38(4), pp. 717-747
- Emerson, K., Nabatchi, T. & Balogh, S., 2012. An integrative framework for collaborative governance. Journal of public administration research and theory, 22(1), pp. 1-29.
- Esterberg, K. G. (2002). Qualitative Methods in Social Research. Boston: McGraw-Hill.
- Eun, J., 2010. Public accountability in collaborative governance: Lessons from Korean community centers. http://sspace.snu.ac.kr/bitstream/10371/68990/1/09_Jaeho_Eun.pdf. [Accessed on 26th November 2019]

- Fedorowicz, J., Gogan, J. L. & Williams, C. B., 2007. A Collaborative Network for First Responders: Lessons from the CapWIN Case. Government Information Quarterly, 24(4), pp. 785-807.
- Fisher, R., Ury, W. & Patton, B., 2011. Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In 2nd Edition. MA: Random House Business Book.
- Fishkin, J., 2009. When the People Speak. Deliberative Democracy and Public Consultation, New York: Oxford University Press.
- Friese, S. (2019). ATLAS.ti 8.4 Windows Quick Tour update. Berlin, Germany:: Atlas. ti Scientific Software Development.
- Ghaus-Pasha, A., 2005. Role of civil society organizations in governance. In 6th global forum on reinventing government towards participatory and transparent governance. Seoul, South Korea
- Greijing, S., 2017. Local Government Support Partnerships (previously referred to as Business Adopt a Municipality (BAaM): Experiences. A paper presented at 2017 National LED Conference, Pretoria: CoGTA
- Huxham, C. & Hibbert, P., 2008. Hit or myth? stories of collaborative success. In: ANZSOG, ed. Collaborative governance: a new era of public policy in Australia? Australia: University Printing Services, ANU, pp. 45-50
- ILO, 2008. Local Economic Development Outlook 2008. Geneva. In: C. Rogerson, ed. Local economic development in Africa: Global context and research directions. Development Southern Africa, pp. 465-480.
- Innes, J. E. & Booher, D. E., 2010. Planning with Complexity: An Introduction to Collaborative Rationality for Public Policy, London and New York: Routledge.
- Jones, S. (2002). (Re)writing the word: Methodological strategies and issues in qualitative research. Journal of College Student Development, 43(4), 461-473.
- Kahika, G. & Karyeija, G. K., 2017. Institutional roles and the implementation of Local Economic Development, Kasese District, Uganda. Africa's Public Service Delivery and Performance Review, 5(1), pp. 1-9
- Kaiser, F. M., 2011. Interagency collaborative arrangements and activities: Types, rationales, considerations: Arthur D. Simons Center for the Study of Interagency Cooperation
- Kamara, R. D., 2017. Creating enhanced capacity for local economic development through collaborative governance in South Africa. Socio Economic Challenges, 1(3), pp. 98-115.
- Keast, R., 2011. Joined-up governance in Australia: how the past can inform the future. International Journal of Public Administration, 34(4), pp. 221-231
- Kim, H., 2008. An application of collaborative governance model in the radioactive waste siting processes in Buan. The Study of Korean Public Administration, 20(1), pp. 47- 76.
- Koschmann, M. A., Kuhn, T. R. & Pfarrer, M. D., 2012. A communicative framework of value in cross-sector partnerships. Academy of Management Review, 37(3), pp. 332-354

- Krishna, A., 2011. An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. Journal of Consumer Psychology, 22(3), p. 332–351
- Ling, T., 2002. Delivering joined–up government in the UK: dimensions, issues and problems. Public administration, 80(4), pp. 615-642.
- Matheson, C., 2000. Policy formulation in Australian government: Vertical and horizontal axes. Australian Journal of Public Administration, 59(2), pp. 44-55
- Mattessich, P. W. & Monsey, B. R., 1992. Collaboration: what makes it work. A review of research literature on factors influencing successful collaboration, 919 Lafond, St. Paul, MN 55104.: Amherst H. Wilder Foundation
- Mello, D. M., 2018. Monitoring and evaluation: The missing link in South African municipalities. TD. The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa, 14(1), pp. 1-6.
- Meyer, D. F. & Venter, A., 2013. Challenges and solutions for local economic development (LED) municipal institutional arrangements. The case of the Northern Free State. Administratio Publica, 21(4), pp. 91- 113
- Mouton, J. (2011). How to succeed in your masters & doctoral studies: A South African guide and resource book. Pretoria: : Van Schaik.
- Mutabwire, P., 2012. Local governments assessment, Kampala: Ministry of Local Government
- National Treasury, 2018. Auditor-General South Africa. [Online] Available at: https://www.agsa.co.za
- Ngobese, X., 2018. Key infrastructure challenges in rural municipalities, opportunities and solutions. MISA presentation. COGTA. Retrieved from. [Online]: Available at: https://www.salga.org.za/dev/miif/Presentations/1%20MISA%20infrastracture%20 Financing.pdf.

- Ngobese, X., 2018. Key infrastructure challenges in rural municipalities, opportunities and solutions. MISA presentation. COGTA. Retrieved from. [Online]: Available at: https://www.salga.org.za/dev/miif/Presentations/1%20MISA%20infrastracture%20 Financing.pdf.

- O'Leary, R. & Vij, N., 2012. Collaborative Public Management: Where Have We Been and Where Are We Going? The American Review of Public Administration, 42(5), pp. 507-522
- Oduro-Ofori, E., 2011. The role of local governments in the LED promotion in Ghana', PhD thesis, Dortmund: Technical University of Dortmund
- O'Flynn, J., Buick, F., Blackman, . D. & Halligan, J., 2011. You Win Some, You Lose Some: Experiments with Joined-up Government. International Journal of Public Administration, 34(4), pp. 244-254
- Olson, C. A., Balmer, J. T. & Mejicano, G. C., 2011. Factors contributing to successful interorganizational collaboration: The case of CS2day. Journal of Continuing Education in the Health Professions, Volume 31, pp. S3-S12

- Provan, K. G. & Kenis, P., 2008. Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness. Journal of Public Administration Research and Theory, 18(2), pp. 229-252
- Republic of South Africa (RSA), 1998. White paper on Local Government. Development of Constitutional Development, Pretoria: Government Printer
- Roberts, D., Van Wyk, R. & Dhanpat, N., 2017. Validation of the Thomson, Perry and Miller (2007) collaboration instrument in the South African context. SA Journal of Human Resource Management, 15(1), pp. 1-11
- Rogerson, C. M., 2014. Reframing place-based economic development in South Africa: The example of local economic development. Bulletin of Geography, Volume Socio-Economic Series 24, pp. 203-218
- Ryan, C. & Walsh, P., 2004. Collaboration of public sector agencies: reporting and accountability challenges. International Journal of Public Sector Management, 17(7), pp. 621-631
- Sienkiewicz, M. W., 2014. Municipal development strategy as an instrument of local economic development policy. Socialiniai tyrimai/ social research, 3(36), pp. 13- 15
- Tan, C. C. & Selvarani, P., 2008. Coping with Cooperatives. In M. Z. Munshid Bin Harun & R. Bin Mahmood, eds. The relationship between group Cohesiveness and Performance: An empirical studies of the cooperative movement in Malaysia. Malaysia: International Journal of Cooperative Studies, 1(1), pp. 15-20
- Thomson, A. M. & Perry, J., 2006. Collaboration processes: Inside the black box. Public Administration Review, Volume 66, pp. 20-32
- Thomson, A. M., Perry, J. K. & Miller, T. K., 2008. Linking collaboration processes and outcomes: foundations for advancing empirical theory. In G. Bingham & R. O'Leary, eds. Big ideas in collaborative public management. Armonk, NY: M. E., pp. 97-120
- Turrini, A., Cristofoli, D., Frosini, F. & Nasi, G., 2010. Networking Literature About Determinants of Network Effectiveness. Public Administration, 88(2), pp. 528-550
- Ulibarri, N., 2015. Tracing process to performance of collaborative governance: A comparative case study of federal hydropower licensing. Policy Studies Journal, 43(2), pp. 283-308
- World Bank, 2014. Increasing the effectiveness of multi-stakeholder initiatives through active collaboration. In Governance Working Paper WP1314, Washington, D.C: World Bank.
- Ysa, T., Sierra, V. & Esteve, M., 2014. Determinants of network outcomes: The impact of management strategies. Public administration, 93(3), pp. 636-655.
- Zurba, M., 2014. Levelling the playing field: Fostering collaborative governance towards on-going reconciliation. Environmental Policy and Governance, 24(2), pp. 134-146.

Richard Douglas Kamara

UDK 352(680)

DOI: 10.5937/MegRev2201235D
Originalni naučni rad
Primljen 26.09.2021.
Odobren 19.10.2021.

RAZVIJANJE I IMPLEMENTACIJA EFIKASNOG OKVIRA ZA KOOPERATIVNO UPRAVLJANJE I LOKALNI EKONOMSKI RAZVOJ (LED) U LOKALNOJ SAMOUPRAVI JUŽNE AFRIKE

Sažetak: *Nedostatak sveobuhvatnog institucionalnog okvira za promovisanje zajedničkog učešća u razvoju lokalnih ekonomija ometao je razvojne napore u južnoafričkim zajednicama. Većina južnoafričkih lokalnih vlasti se bori da ispuni svoj razvojni mandat. Posebno, postoje određeni faktori kolaborativnog upravljanja koji imaju tendenciju da poboljšaju efikasnost i kontrolu lokalizovanog razvoja. Ovi faktori nisu obuhvaćeni integrisanim konceptualnim modelom koji artikulisano prikazuje odnose između ovih varijabli i njihovog uticaja na percipirani ishod LED-a. Ovo negativno utiče na sposobnost opštine da dobro upravlja lokalizovanim razvojem u saradnji sa relevantnim akterima. Potrebno je potpuno razumevanje odnosa i dinamike ovih varijabli da bi se dale preporuke za poboljšanje upravljanja i odgovor na socio-ekonomske probleme unutar zajednice kroz poboljšano upravljanje LED. Podaci su prikupljeni u šest opština u zapadnom Kejpu, u Južnoj Africi, kako bi se rešili ovi izazovi. Primenjena je kvalitativna paradigma dizajna studija zasnovana na interpretivističkoj filozofiji. Instrument korišćen za prikupljanje podataka bili su pregledi dokumenata, intervjui i diskusije u fokus grupama. Studija analizira i procenjuje dizajn i implementaciju politika i inicijativa zajedničkog upravljanja u odabranim lokalnim samoupravama u Zapadnom Kejpu, Južna Afrika. U studiji je razvijen normativni, kolaborativni okvir upravljanja. Ovo obuhvata ne samo faktore koji povećavaju i ograničavaju LED, već i odnose između ovih faktora koji mogu da ometaju uspeh saradnje između lokalnih samouprava i drugih ključnih aktera. Ovaj integrisani okvir/model može dati informacije o budućem dizajnu, implementaciji i evaluaciji ko-upravljanja LED-a u malim gradovima i budućim politikama za unapređenje zajedničkog upravljanja i LED-a u malim gradovima.*

Ključne reči: *Zadružno upravljanje; politika i pravni okvir; institucionalni aranžmani; međudržavni odnosi; LED*

Valentina Zlatanović Marković*
Biljana Nikolić**
Mirjana Stakić***
Milovan Mitić****

UDC 659.3/.4:373(497.11)"2009/2014"
371.1:005(497.11)"2009/2014"

DOI: 10.5937/MegRev2201267Z
Original scientific paper
Received 28.12.2021.
Approved 09.03.2021.

PUBLIC RELATIONS IN THE EDUCATIONAL SYSTEM†

Summary: *The aim of this paper is to determine the effects of the implementation of the program "School and the public" on the organization of the school system in the period of program implementation from 2009–2014. and the level of communication between the education system and the public.*
Methods: 694 respondents fulfilled the questionnaire for the training participants used in actual research, and prepared by the Institute for the Advancement of Education and Upbringing, intended exclusively for the Center for Professional Development of Employees. The collected data were processed by descriptive statistics in Microsoft Excel and the results obtained are presented in tables and graphs.
Results: The fact that the large percentage of participants (more than 90%) spoke positively about the program speaks in favor of the claim that employees in education are aware of the need for personal training and engagement in communication processes between the educational institution and the public. CONCLUSION: Participants' answers clearly indicated the obvious improvement of communication between the educational institution and the public through the affirmation of the work of the institution itself, as well as the establishment of a positive image and solving important issues and problems in the functioning and work of the institution.

Keywords: *Communication and professional communication; Educational institution; Identity and image of the institution; Levels of PR (Public Relations) activities; Internal and external public.*

* Dr. Philological Sciences, Medical School, Užice, Serbia; vanja.z.m@gmail.com

** Master Professor of Subject Teaching of Social Sciences and Humanities (Economic Group of Subjects), Medical School, Užice, Serbia; biljana77@gmail.com

*** Dr. Didactic and Methodological Sciences , Faculty of Pedagogy, University of Kragujevac, Užice, Serbia; mirjanastakic073@gmail.com

**** Dr. Management and Businesstor, Alfa BK University, Faculty of Sports Management, Belgrade, Serbia; milovan.mitic@alfa.edu.rs

† The paper was created on the basis of research conducted by the authors of this paper, during the implementation of the accredited seminar "School and the Public" (at ZUOV) in the period from 2009-2014.

1. Introduction

Communication processes include different ways of conveying the messages of the participants, with the aim of achieving communication. It is known that communication is as old as civilization. Historical reviews show that the exchange of information influenced public opinion, but also the course of social events. The need for communication has not changed, but the forms and ways of communication have changed. The modern way of life requires adaptation to new ways of professional and everyday communication in different systems of the social community. According to Vreg (1991) communication exists between living beings only, so the transfer of information between inanimate beings (e.g., the transfer of data in computer systems) doesn't belong to the concept of communication. Human communicate through symbols (this distinguishes it from animal communication). All definitions of communication indicate the importance of information exchange and the realization of communication. Fast and efficient action of employees in the educational system is the essence of communication in order to achieve the goals of the educational system and nurture a positive image of the institution. Certainly, participants in communication, in addition to the topic that is in focus, should also have knowledge of psychology, anthropology, philosophy, linguistics and other sciences and fields, in order for the effects of communication to be more effective. Public relations in the educational system imply the regulation of interpersonal relations in the system itself, interpersonal relations between teachers and parents, teachers and students, teachers and outsiders. Thus, the development of all the listed levels of interpersonal relations creates opportunities for better communication between schools in modern society, in accordance with the basic principles of ethics.

The communication system is a very complex process and requires a lot of effort, education and thoughtful steps. „Depending on the information experience and attitude, as well as depending on the needs of the recipient, the same information can be received in the range from increased reception compared to expected), to absolutely negative" (Jokić & Mikić, 2008, 53). Everything becomes important for the successful progress of an organization in business communication. The two parties leading the conversation should have mutual trust and respect, not to be passionate, to feel satisfaction because they have the opportunity to present their views and ideas, to be guided by a higher idea that is realized on the spiritual plane, and that is, of course. success of the institution, successfully completed communication and personal satisfaction and upgrading. Considering this problem speaks of an insufficiently researched topic, relations between people are complex and require a lot of effort, and learning. It is necessary to insist on feedback, because feedback allows communication participants to determine the clarity of the message. Certainly, „with feedback, the communication process becomes a conversation or two-way communication" (Jokić &

Mikić, 2008, 57), and the roles of communicator and receptionist change. With feedback, the communication process becomes two-way communication or conversation. In the process of communication, words without meaning and logic should not be piled up, but the message that is delivered and interpreted should be clear and thoughtful, recognizable and mentally connected with the experience of the recipient. Communication will be successful if the communicator and the recipient, ie the sender and recipient of the message, know the functioning of the communication process. Also, it is necessary to have knowledge about your personality, as well as about the people with whom the communication process is performed. Sigmund Freud's discoveries about the levels of personality consciousness: consciousness, sub consciousness and super consciousness (ego, id and superego) (Trebješanin, 2000, 44–45) help us. A good communicator should know which part of a person's personality he is addressing and in which circumstances and situations a certain level of consciousness dominates.

In contact with the media, personal contact with journalists is extremely important, i.e. „personal channels that are very important in business communication" (Kotler, 1988, 638). Teams in educational institutions can formulate a model of communication with the media.

The aim of this paper is to determine the effects of the application of the program „School and the public" on the organization of the school system in the period of program implementation from 2009-2014. and the level of communication between the education system and the public.

2. Methods

This research deals with the effects of the application of the program „School and the public" on the organization of the educational system in the period of program implementation from 2009–2014. and determining the level of communication between the education system and the public.

Authors offered organizational solutions and proposals for activities that would improve school communication and to systematically regulate public relations in specific schools and in real time. The empirical part of the paper relies on the attitudes and opinions of seminar participants on communication within the institutions in which they are employed.

Totally 694 respondents fulfilled the questionnaire for the training participants used in actual research, and prepared by the Institute for the Advancement of Education and Upbringing, and intended exclusively for the Center for Professional Development of Employees.

The collected data were processed by descriptive statistics in Microsoft Excel and the results obtained are presented in tables and graphs.

3. Results

Table 1 shows the percentage of respondents about the implemented program „School and the public" and the processed content.

Table 1. *Questionnaire for training participants of the Institute for the Advancement of Education and Upbringing (Center for Professional Development of Employees, n.d.)*

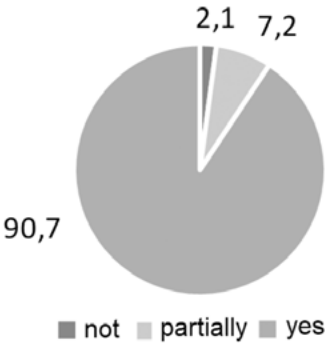
Variables	Completely agree	Chiefly agree	Partially agree	Chiefly disagree	Completely disagree
1. The topics / contents envisaged by the program have been realized	97,5%	2%	0.5%		
2. The way of working on the training provides learning and professional development of the participants	96.3%	3.1%	0.6%		
3. The previous knowledge and experiences of the participants are taken into account in the implementation of the training	98.2%	1.6%	0.2%		
4. The training was held according to the scheduled schedule	100%				
5. Attending this training will help me improve my own work	95.3%	4%	0.7%		
6. The implementers know the area to which the program relates well	97.8%	2.2%			
7. The implementers actively communicate with the participants and give them feedback on the work and the products of their work	99.2%	0.8%			
8. The implementers encourage the acquisition of knowledge of the participants and give answers to their questions	98.1%	1.3%	0.6%		
9. Working conditions (space, technical support) enabled the successful implementation of the training	96,1%	2.2%	1.5%	0.2%	
10. The entire organization contributed to the successful implementation of the training	99.6%	0.4%			

The research of internal factors is done in order to better understand the behavior and communication process that takes place within the educational institution. It refers to the behavior and communication of school management and to the behavior and mutual communication of employees.

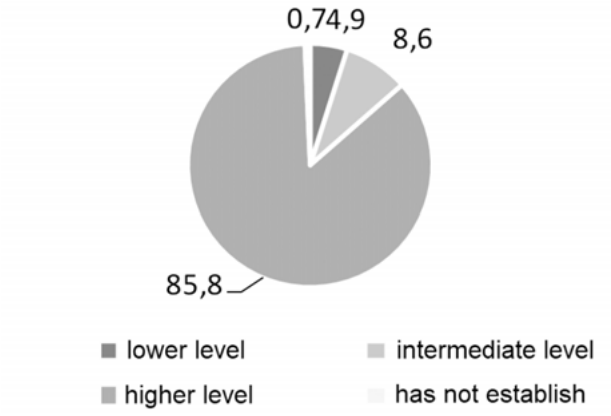
Respondents (N=694) answered the questions in the percentages shown in the following survey:

1 Has the „School and the Public" program influenced the formation of new models of communication organization in your educational institution?
   a) not 2.1%
   b) partially 7.2%
   c) yes 90.7%
2. The institution has established communication teams at:
   a) lower level 4.9%
   b) middle level 8.6%
   c) higher level 85.8%
   d) did not establish 0.7%
3. Has the institution become more „visible" to the public?
   a) not 1.5%
   b) partially 6.6%
   c) yes 91.9%
4. The institution has created a positive image:
   a) not 6.3%
   b) partially 15.9%
   c) yes 77.8%
5. The new organization of the public relations institution has improved the work of the institution:
   a) not 1.3%
   b) partially 8.6%
   c) is largely 90.1%

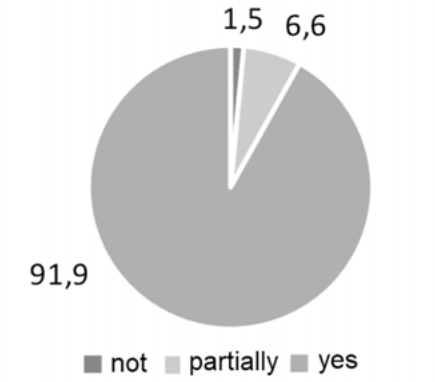
Graphic presentation of the answers of the surveyed respondents during the implementation of the program „School and the public":



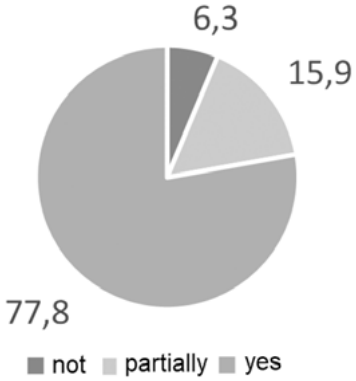
Graph 1. *Answer to question "Has the „School and the Public" program influenced the formation of new models of communication organization in your educational institution and to what extent?"*



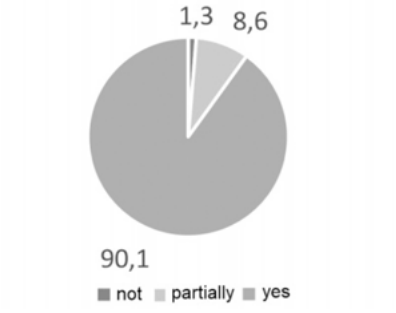
Graph 2. *Answer to question "The institution has established communication teams at":*



Graph 3. *Answer to question "The institution has become more „visible" to the public":*



Graph 4. *Answer to question "The institution has created a positive image":*



Graph 5. *Answer to question "The new organization of the public relations institution has improved the work of the institution:"*

The fact that the largest percentage of participants (more than 90%) declared positively about the program confirms the claim that employees in education area are interested and aware of the need for personal training and engagement in communication processes between the educational institution and the public.

4. Discussion

In this paper, we deal with the effects of the application of the program „School and the public" on the organization of the educational system in the period of program implementation from 2009–2014, and determining the level of communication between the education system and the public. In specific schools and in real time, we offered organizational solutions and proposals for activities that would improve school communication and to systematically regulate public relations. The empirical part of the paper relies on the attitudes and opinions of seminar participants on communication within the institutions in which they are employed, and research shows that more than 90% agree that establishing optimal interaction among employees is a condition for achieving basic communication. Also, research shows that in our country and the region, given the needs of communication in modern society, more and more thought is being given to strengthening the competencies of school management in the field of management and public relations. Specialized schools and public relations agencies are being opened in the world in order to strengthen the communication and managerial activities of the school management, which speaks of the importance of public relations. The National School Public Relations Association NSPRA1 and the American Association of School Administrators AASA2 have the task of improving education through the development of school communication. These organizations provide support to school management and provide examples of fruitful work by providing communication training to

school representatives in the field of public relations across America. This public relations association (NSPRA) has been dealing with this for more than eighty years (since 1935). A serious NSPRA program indicates that "public relations in education is a planned, systematic management function, designed to improve the programs and services of educational organizations. They rely on a comprehensive, two-way communication process involving the internal and external public with the aim of encouraging and promoting a better understanding of the role, goals, achievements and needs of the organization (National School Public Relations Association, 2002). These models are taken over by educational institutions in our country in the region with the aim of achieving better communication with the public and a better position in creating an image.

Practice shows that in our country there is no established way of organizing educational institutions in terms of public relations and that in recent years there has been a growing awareness of the need for professional communication. People, who run educational institutions, especially if they have gained professional experience abroad, are increasingly insisting on the principles of responsible communication within the educational institution, setting standards. With the aim of raising the level of organization, institutions are increasingly forming teams that deal with marketing, institution identity [1], presenting interesting activities, student success, but also teaching staff, organizing professional lectures, meetings with scientists and the like.

Public relations are developing and building gradually in educational institutions. The professional experience of the authors of this paper shows that the good functioning of the institution in the field of public relations requires education of employees or experience in the field of management and communication (to have adequate education, to know the problems of media business, to work in the media and the like [2]).

---

[1] The authors formed teams for media and cultural and public activities in their school and actively participated in promoting the school and its values, creating the identity and image of the school (they are still team leaders today). Today, the Medical School has its own identity, it is recognizable in the region for the quality of work, good teachers, versatile and rich life, but it also enjoys a great reputation and respect at the national level. In other words, she built a good image.

[2] One of the authors of the seminar, Valentina Zlatanović Marković, was engaged in radio and television journalism, and with her experience in media business she contributed to the work of the Media Team and the Cultural and Public Activity Team at the Medical School. Also, the author continued her cooperation with the media in which she was employed, but she also established cooperation with the media in the region. She participated in the city project "Everything is easy when you know how", preparing more than thirty participants for stage and media performances through cooperation with the regional television "Lion". The author was part of the team for redefining cultural policy in the city of Užice, but also a participant in numerous seminars dealing with the culture of speech, stage performance, psychoanalysis of art.

In the process of realization of the „School and the public" program, the participants pointed out that they themselves unfoundedly critically assessed the work of the media and media representation of other, „less interesting" institutions and that they behaved irresponsibly towards the idea of cooperation with the public. Only when they engaged themselves in the field of promoting the work of the institution, the interest of the media appeared. The authors of the seminar recommended the participants to form a team (for the media, for cultural and public activities, for management) in their institutions with a good vision of the future of the institution, its place and role in social reality. In accordance with the vision, the possibilities of available human forces and resources for a good strategy and cooperation with the media are considered. The idea of the existence of such a team can come from the head (manager, dean, director) of the institution, but even when he is not the initiator, his support and faith in the team is necessary, because it always gives good results. Without that cooperation, there is no success. This would mean that the institution (formed team in the institution) creates news and events, chooses topics, contents and participants, integrates them into one complete story that should be presented to the public. The public response to an action is a good recommendation for new activities. One should always strive for new ways of presenting activities and adapt them to the understanding and comprehension of the chosen target group. It should not be forgotten that the publicity of work is the obligation of every institution.

Recent research shows that the new reforms, in addition to the good sides, have some negatives: reducing the number of educational institutions, closing faculties, high schools, majors, profiles, so that their survival depends on the number of students interested in enrolling in that institution, that is, from the positive image of the institution in public. Therefore, it is necessary to work on teacher education and interest in participating in various forms of social engagement that will affect the positive image of the educational institution. In order for the educational institution to be visible, it is necessary to be open to the public, to plan its activities, to learn to present its work in the best way (Sinanović, 2020).

It is necessary to define the target public because it is desirable to communicate with a specific target group at a certain, specific moment. As it is known that there are priorities in the selection of target groups, it should also be known that in the modern world, changes in society are dynamic and fast and that it is therefore necessary to act faster in the field of communication and in educational institutions. In our time, everyone needs to hear about it (promotional) voice, regardless of the type of activity in which it is engaged. Those who place goods, services or ideas, as well as those who struggle with competition (commercial, political, creative, sports or personal), are equally interested in improving communication with the environment and thus increase the „chance of acceptance" (Pavlović & Aleksić, 2011, 6).

Today, research among public relations experts is generally accepted as an integral part of the planning, implementation and evaluation of public relations programs. „Experienced communicators have an undivided attitude that positive human thought and a correct attitude towards the recipient (s) is a basic condition and precondition for successful communication" (Jokić & Mikić, 2008, 407). In understanding the message in the communication system, it is important to accept the content so as to increase life affirmation, freedom of action and transition from the mental to the practical level. Conversely, messages may limit the recipient. „He understands and remembers them, but he does not let them out of his mental sphere. They serve him more as a specific warning, than as signals that should be followed by one's own work and creativity, that is, by overall activity" (Plenković, 1983, 142–143).

5. Conclusion

Having in mind the theoretical knowledge, through the practical realization of the seminar and the conducted survey on the extent to which the realization of the "School and Public" program influenced the formation of new forms of communication and creating a positive image of the school in public, concrete and expected results were achieved. The answers of the seminar participants clearly indicate that there are clear and measurable effects of the implementation of the "School and the public" program in the educational institutions that were covered by the program. The large percentage of participants (more than 90%) declared positively about the program, and answers clearly indicated the obvious improvement of communication between the educational institution and the public through the affirmation of the work of the institution itself, as well as the establishment of a positive image and solving important issues and problems in the functioning and work of the institution. It should be emphasized that the employees recognized the importance of raising the organization and internal capacities in the work of the institution in order to achieve the goals and tasks of the program. Sugestion of the implementers of the seminar program is that the interest of employees in education for this topic should be affirmed and harmonized with modern tendencies in the field of public relations as a significant type of future activity of educational institutions.

Appendix

SCHOOL AND PUBLIC PROGRAM

1. TOPICS

1.1. Topic 1.
PUBLIC RELATIONS (PR). INTERNAL PR

Content: Public Relations (PR) – définition. Bringing the school closer to the citizens and establishing good relations with the social environment. What is the school known to the public for? What is its specificity? What do people think first when the name of the school is mentioned? Target audiences - concept. Creating and maintaining public contacts. Public relations goals. Levels of public relations. Basic level of PR. Internal PR: Employees - the first and important target group of PR. Public appearance of the school (school employees): at school, in the social environment and in the media. Public appearances of school employees: in the classroom in front of students, in the classroom in front of parents and in the team - at meetings and sessions. Key elements that enhance internal PR.
Activities: short lecture with power point presentation, organizing a workshop consisting of three groups. Each group was given a topic and roles. Topic of the first group: The first school day in the new class. Topic of the second group: The first parent meeting. The topic of the third group: Educational and disciplinary measures, item on the agenda at the session of the Departmental Council.

1.1. Topic 2.
BASIC LEVEL PR. RULES IN BUSINESS COMMUNICATION
OF SCHOOL EMPLOYEES

Content: Basic level of PR – defining the term. What can users and customers notice when they make contact with the school? Respecting the rules in business communication - the obligation of school employees as business people: how do you communicate with students, colleagues and clients (parents, business partners), are you kind and smiling, do the people you work with have the impression that you are open, professional and that you are able to provide the necessary information. Achieving harmony with the environment, which gives the school a good rating: people who contact the school in any way must always get the impression that the employees at the school are open, professional and represent a responsible educational institution. Providing information about the school - a living word and by phone in direct contact with customers, newsletter, school newspaper, school website...

Activity number 1: seminar participants individually describe situations in contact with people who are in public work, in which they felt uncomfortable. Discussion.
Activity number 2: participants work in groups. Each group has its own task within the topic: designing a school newspaper or school website.

1.1. Topic 3.
INTERMEDIATE LEVEL PR. VISUAL IDENTITY AND MEANS OF VISUAL COMMUNICATION

Content: Method of school identification. Visual identity - defining the term. Means of visual communication: logo, business cards, school brochures, information materials ... Objectives of the middle level of public relations - to provide each interested person, at any time, in an appropriate way, with basic information about the school, which affects credibility and creates more favorable picture of the school.
Activities: Group work. Seminar participants participate in the workshops following the given precise instructions. The first group designs flyers, the second group logos, the third group business cards. Distribution of existing means of visual communication to seminar participants, as ideas for future work (from the professional experience of seminar lecturers).

1.2. Topic 4.
CRISIS PR

Content: Defining a crisis – an unstable or decisive period from which a school can emerge with a changed status and reputation, whether it is an improvement or deterioration. The importance of identifying key publics in order to form key messages: general public (citizens) and professional public (educational institutions, Ministry of Education, donors, associates). Methods of communication in crisis situations: oral and written means, direct and indirect, announcements, conferences, TV and radio appearances, bringing journalists to visit the school… PR plan in crisis situations: good strategy (brief overview of where we are, where we are going and how we will get there), preparation of materials for the media, organization of training for key people and positions in the school.
Activity number 1: ROLE PLAY – division of roles for group work. Crisis situations at school, adolescent pregnancy, injuring students in a fight on an excursion or at school, stealing a uniform or money at practice or at school.
Activity number 2: Working in groups. Press statement or press release about the event, keeping in mind the identification of key publics in order for the right message to preserve the integrity of the school and the identity of students, participants in the event.

1.3. Topic 5.
HIGHEST LEVEL OF PR. ORGANIZING ACTION
ON SCHOOL PROMOTION: MEDIA APPEARANCE

Content: PR activities - a thoughtful, planned and constant effort to establish and maintain mutual understanding between the organization (school) and its environment. Vision and strategy in organized action to promote the school: purchase of advertising space in the media (advertisements in newspapers, radio and TV spots), press releases, interviews, press conferences, campaigns (presentation of the school in the Open Doors action).
Activity number 1: Short lecture with power point presentation. Working in groups. Topic: Designing an Open Door action (present directions and emphasize the importance of introducing new directions or demonstration classes, presenting the results of students and teachers in local and national competitions, school participation in cultural contents of the city, presentation of extracurricular activities, humanitarian actions in school realization of importance for local middle).
Activity number 2: Media appearance. Participants work in groups – ROLE PLAY. The first group received material and instructions on verbal and non-verbal communication in the TV studio - rules of conduct in front of television cameras. The second group designs the guest appearance in the television studio on their own, without any instructions. Theme of the show: Report from the excursion. The final part of the activity involves drawing a parallel on the success or failure of the group, emphasizing the importance of adequate preparation for media appearance.
The final part of the seminar: Recapitulation of the presented concepts and messages and recommendations on the application of knowledge. Final test. Comparison with the introductory test. Observing the differences and the level of training of the seminar participants. Drawing conclusions. Discussion. Filling in evaluation sheets and surveys. Distribution of certificates of completed seminar.

Figure 1. *School in interaction with communication factors*[3]

[3] Figure 1 from the book School of the Future (Belgrade, 2012, p. 24), a publication of the Ministry of Education, Science and Technological Development in cooperation with Microsoft.

In this section, we presented the program „School and the public", which we implemented in primary and secondary schools in Serbia. Given the dynamics and development of modern communication, the ways and forms of school presence in public life are also changing. Content could be added to this program - the school's Instagram page, the school's Facebook page, where, in addition to regular school results and activities, useful information related to school life could be found (which proved very necessary at the time of the epidemic measures).

Literature:

- Centar za profesionalni razvoj zaposlenih (n.d.). *Upitnik za učesnike obuke Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja (Questionnaire for participants in the training of the Institute for the Advancement of Education).* Belgrade: Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja. In Serbian
- Cvetanović, V. (1995). *Kultura poslovnog komuniciranja (Business communication culture).* Faculty of International Management, Belgrade. In Serbian
- Jokić, D., &, Mikić, A. (2008). *Marketing komunikacije (Communication marketing).* Užice/Belgrade. In Serbian
- Kotler, F. (1988). *Upravljanje marketingom (Marketing management).* Informator, Zagreb. In Croatian-Serbian
- National School Public Relations Association (2002). *Raising the bar for school PR: New standards for the school public relations.* Rockville
- Pavlović, M., & Aleksić, M. (2011). *Odnosi s javnošću (Public relations).* Megatrend University, Belgrade. In Serbian
- Plenković, M. (1983). *Teorija i praksa javnog komuniciranja (Theory and practice of public communication).* Instruktivno-izdavački biro, Zagreb. In Croatian-Serbian
- Sinanović, N. (2020). *Društveni mediji i reforma visokog obrazovanja u Japanu i Srbiji (Social Media and Higher Education Reform in Japan and Serbia).* Doctoral Dissertation, University of Belgrade, Faculty of Philology, Belgrade. In Serbian
- Trebješanin, Ž. (2000). *Psihoanaliza (Psychoanalysis).* Mali leksikon, Plato, Belgrade. In Serbian
- Vreg, F. (1991). *Demokratsko komuniciranje (Democratic communication).* NUB BH, Sarajevo. In Serbian-Croatian

Valentina Zlatanović Marković
Biljana Nikolić
Mirjana Stakić
Milovan Mitić

UDK 659.3/.4:373(497.11)"2009/2014"
371.1:005(497.11)"2009/2014"

DOI: 10.5937/MegRev2201267Z
Originalni naučni rad
Primljen 28.12.2021.
Odobren 09.03.2021.

ODNOSI SA JAVNOŠĆU U OBRAZOVNOM SISTEMU

Sažetak: *Cilj ovog rada je utvrđivanje efekata realizacije programa „Škola i javnost" na organizaciju školskog sistema u periodu realizacije programa od 2009–2014. i nivo komunikacije između obrazovnog sistema i javnosti.*
Metode: 694 ispitanika ispunilo je upitnik za polaznike obuke koji je korišćen u aktuelnim istraživanjima, a koji je pripremio Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja, namenjen isključivo Centru za stručno usavršavanje zaposlenih. Prikupljeni podaci su obrađeni deskriptivnom statistikom u programu Microsoft Excel i dobijeni rezultati su prikazani u tabelama i grafikonima.
Rezultati: U prilog tvrdnji da su zaposleni u obrazovanju svesni potrebe ličnog usavršavanja i angažovanja u komunikacijskim procesima između obrazovne ustanove i javnosti govori i podatak da je veliki procenat učesnika (više od 90%) pozitivno govorio o programu.
Zaključak: Odgovori učesnika jasno su ukazali na očigledno unapređenje komunikacije između obrazovne ustanove i javnosti kroz afirmaciju rada same ustanove, kao i uspostavljanje pozitivnog imidža i rešavanje važnih pitanja i problema u funkcionisanju i radu institucije.

Ključne reči: *Komunikacija i profesionalna komunikacija; Obrazovna institucija; Identitet i imidž institucije; Nivoi PR (odnosi sa javnošću) aktivnosti; Interna i eksterna javnost.*

Borivoje V. Baltezarević*

UDK 316.776:004
371:004

DOI: 10.5937/MegRev2201283B
Pregledni naučni članak
Primljen 15.02.2022.
Odobren 21.02.2022.

POTREBA I OGRANIČENJA MEDIJSKE PISMENOSTI I KRITIČKOG MIŠLJENJA U DOBU NADZORNOG KAPITALIZMA**

Sažetak: *Rad razmatra pitanje savremenog društva koje funkcioniše uglavnom posredstvom novih tehnologija. Ukazuje se na zabludu da je internet obezbedio bezbedan neograničen pristup svetu znanja i informacija i nove modalitete kreativnog izražavanja. Vreme je pokazalo da je korišćenje savremenih tehnologija dovelo do stvaranja novih poslovnih modela koji se definišu kao nadzorni kapitalizam, čija pojava ukazuje na negativne aspekte socijalnih medija. Nadzorni kapitalizam uključuje nadzor i ugrožavane privatnosti pojedinca kroz trgovinu ličnim podacima. Odgovor na ovu pojavu predstavlja potencijalna uloga kritičnog mišljenja i medijske pismenosti. Kritičko mišljenje i medijska pismenost su sagledani u kontekstu nacionalnih strategija i individualnog aspekta, uz identifikovanje postojećih potencijala i ograničenja.*

Ključne reči: *nadzorni kapitalizam, medijska pismenost, medijsko obrazovanje, kritičko mišljenje*

* Docent, naučni saradnik, Institut za srpsku kulturu Priština – Leposavić, baltezb@yahoo.co.uk

** Rad je nastao u okviru naučnoistraživačkog rada NIO po Ugovoru sklopljenim sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja broj: 451-03-68/2022-14 od 17.01.2022. godine.

1. Uvod

Pojava novih tehnologija istorijski je praćena osećanjima nade i ushićenja, ali i straha i zazora. Sa samom pojavom interneta javljale su se brojne reakcije, od kojih su prevlađivale one utopijske. Pojava interneta percipirana je kao revolucionarna sila, koja vraća moć, informacionu i političku, u ruke pojedinaca. Preovlađujući narativ je obećavao neograničen pristup svetu znanja i informacija i nove modalitete kreativnog izražavanja. Ultimativno, pojava interneta je u paleti obećavala cvetanje i renesansu demokratije na globalnom nivou. Vreme je pokazalo da su se većina ovih obećanja integrisala u nove poslovne modele i postale tako indirektno oruđe onoga što Šošana Zubof (Shoshana Zuboff) definiše kao *nadzorni kapitalizam*, koji reprezentuje novi oblik kapitalizma u kojem „… ljudsko iskustvo predstavlja besplatnu sirovinu za prevođenje u podatke o ponašanju. Iako se neki od ovih podataka primenjuju na poboljšanje proizvoda ili usluge, ostali se deklarišu kao višak podataka o ponašanju, koji se unose u razvijene analitičke procese poznate *kao mašinska inteligencija* i transformišu se u proizvode predikcije ponašanja koji predviđaju šta će korisnik uraditi sada, uskoro i kasnije.[1] Ova nova vrsta proizvoda, koja može da se definiše kao *predviđanje ponašanja,* predstavlja proizvod pogodan za trgovinu na transformisanom tržištu, koje Zubof definiše kao bihevioralno tržište. „Što je još opasnije, automatizovani mašinski procesi ne samo da poznaju naše ponašanje već i oblikuju naše ponašanje. Sa ovom preorijentacijom sa znanja na moć, više nije dovoljno automatizovati tokove informacija o korisniku; sada je cilj da automatizacija obuhvati samog korisnika".[2]

Inicijalna percepcija interneta se može smatrati naivnom, zbog premise na kojoj je počivala: da su internet i tehnologija čudesni agens transformacije osoba i društva u celini, bez obzira na korisnike. Smatralo se da će tehnologija transformisati proces učenja i doneti brojne metodološke i nastavne napretke i profesorima i studentima, stvorivši mogućnosti za participativniji, individualno koncipiran oblik nastave i da će doprineti analizi i kritičkom razumevanju medija i dezinformacija.[3] Proteklih decenija, praksa je pokazala nešto sasvim drugo: utopijska ideja o razvijenoj demokratiji globalno umreženog sveta dočekala je realizaciju svoje suprotnosti, čitava globalna mreža, njeni medijski servisi i protok informacija dospeli su pod eksponencijalno rastuću kontrolu nekolicine dominantnih kompanija, koje ne podležu ni pod čiju nadležnost izuzev sopstvenih akcionara. U kontekstu obrazovanja, optimističke pretpostavke koje su se odnosile na inter-

[1] Zuboff S (2019) The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. 1st ed. New York, NY: Public Affairs. Str. 24.

[2] Ibid, str. 24.

[3] McDougall, J., Zezulkova, M., van Driel, B., Sternadel, D. (2018). 'Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practicesin primary and secondary education', *NESET II report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 6.

net, televiziju i njihov potencijal za transformaciju i unapređenje nastave u praksi nisu dale zapažene rezultate. Korisnici medija su izloženi pažljivo konstruisanim dezinformacijama. Hendriks i Vestergard (Hendricks and Vestergaard) uvode termin „eho verovanja", s namerom da ukažu na dugotrajne efekte delovanja dezinformacija,[4] jer lažne vesti se po pravilu, brže šire od istine.[5]

2. San o oslobođenju

San o oslobođenju i napretku koji će doneti tehnologija polako prerasta u noćnu moru. Setimo se izjava Stiv Džobsa (Steve Jobs), osnivača kompanije Apple i Bil Gejtsa (Bill Gates), osnivača kompanije Microsoft, koji kažu da svojoj deci neće dozvoliti neograničenu upotrebu tableta i ostalih korespondirajućih uređaja.[6]

„U virtuelnoj zajednici korisnici mogu da komuniciraju, razmenjuju ideje, dele informisanje, pružaju socijalnu podršku, posluju, usmeravaju aktivnosti, stvarju umetnost, igraju igre, učestvuju u političkoj debati i sl."[7] Negativni aspekti socijalnih medija dobijaju sve više pažnje, kako u akademskoj zajednici tako i u štampi i popularnoj literaturi. Otvorena polemika bavi se problemom pojedinca u digitalnom svetu i kako se tehnologija reflektuje na njegovo fizičko i mentalno zdravlje u okviru trenda koji je još krajem prošlog veka pokrenuo Maršal Mekluan (Marshall McLuhan).[8]

Ne treba zanemariti ni probleme koje se tiču mentalnog zdravlja, od porasta egoističnosti i narcisoidnosti u sklopu zavisnosti od društvenih medija, do anksioznosti i depresije uzrokovanih supstitucijom realnog života virtuelnim.[9]

Slične debate postojale su i u prošlom veku, od uticaja televizije tokom 60. i 70. godina dvadesetog veka, do uticaja video igara 90. godina. Mnogo je medijske pažnje tada bilo usmereno na pitanja nasilja i ostalih formi neadekvatnog socijalnog ponašanja, uz prateće narative kako mediji uništavaju dečiju nevinost i kako izazivaju zavisnost.[10]

4 Hendricks V. F., & Vestergaard M. (2019). *Reality lost: Markets of attention, misinformation and manipulation.* Springer Open, Cham.

5 Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false newsonline. *Science,* 359 *(6380)*, 1146-1151.

6 Akhtar, A. & Ward, M. (2020). Bill Gates and Steve Jobs raised their kids with limited tech – and it should have been a red flag about our own smartphone use. https://www.businessinsider.com/screen-time-limits-bill-gates-steve-jobs-red-flag-2017-10 pristupljeno 20. 1. 2022.

7 Radoslav Baltezarevic, Borivoje Baltezarevic, Piotr Kwiatek and Vesna Baltezarevic (2019). The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity, *Symposion*, 6, 1, 7-22, p.8.

8 McLuhan, M. (1964/2003). Understanding media: The extensions of man. Corte Madera, CA:Gingko Press

9 Carr, N. (2008) "Is Google Making Us Stupid? , The Atlantic, July/August 2008.

10 Winn, M. (1983). The loss of childhood. https://www.nytimes.com/1983/05/08/magazine/the-loss-of-childhood.html, pristupljeno 22.01.2022

Međutim, zađemo li još dublje u istoriju, naći ćemo da se u XIX veku smatralo da je čitanje popularne književnosti krajnje opasno,[11] a poznato je da je Platon bio izričit po pitanju pesnika i lošeg primera koji oni pružaju mladima.[12]

Na osnovu svega ovoga možemo pomisliti da naše strepnje nisu osnovane, jer se slična situacija dešavala i ranije u ljudskoj istoriji,[13] ali, neke stvari se danas dešavaju po prvi put, i to na način koji će zauvek promeniti način na koji živimo, komuniciramo, vrednujemo, reagujemo, radimo, kupujemo i provodimo slobodno vreme. Problem u pristupu je pokušaj interpetacije tehnologije u kontrastu polarnih opozita, crnog i belog, lošeg i dobrog. Na konkretno pitanje da li su nove tehnologije dobre ili loše za korisnika, ne postoji jednostavan i konkretan odgovor. Mnogo je faktora koji uslovljavaju odgovor, od toga ko je korisnik, u kakvu svrhu upotrebljava tehnologiju i u kom kontekstu. Kompleksnost odgovara nameće zaključak da tehnologija u sebi sadrži i dobro i loše, nosi sobom i rizike i mogućnosti. Pokušaj zaustavljanja razvoja tehnologije bi takođe značio i zaustavljanje razvoja mogućnosti koje ona nosi.

3. Nadzorni kapitalizam

Kada pričamo o medijskoj i tehničkoj pismenosti, mi ih definišemo u vrlo uskom kontekstu. Danas su mediji i tehnološke platforme u vlasti malog broja veoma moćnih kompanija, pod okriljem onoga što nazivamo nadzornim ili platformskim kapitalizmom. Ove kompanije ne posluju kao klasične medijske kompanije koje prodaju sadržaje, već trguju ličnim podacima korisnika. Za svaki proizvod ili uslugu na internetu, ukoliko su besplatni, to znači da je istinski proizvod zapravo sam korisnik.

Ovo se može ilustrovati skandalom sa kompanijom „Cambridge Analytica", koja je prikupljala podatke od preko 80 miliona korisnika Fejsbuka (Facebook) i prodala ih predsedničkoj kampanji Donalda Trampa.[14]

Ovaj poslovni model ukazuje na to da samo nekoliko kompanija u svetu drži potpunu monopol. Fejsbuk ima preko 2 milijarde aktivnih korisnika, što je skoro jedna trećina svetske populacije. Iako je Fejsbuk otkupio većinu konkurentskih firmi, Gugl (Google) je i dalje na prvom mestu kao najveća medijska kompanija, sa preko 3 milijardi pretraga na dnevnom nivou.

[11] Ingraham, C. (2016) "New media, new panics", Critical Studies in Media Communication 33(5): str. 455-467

[12] Annas, J. and C. J. Rowe (eds.), 2002, *New Perspectives on Plato, Modern and Ancient*, Cambridge: Harvard University Press.

[13] Ingraham, C. (2016) "New media, new panics", Critical Studies in Media Communication 33(5): str. 455-467

[14] Confessore, N. (2018).Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html, pristupljeno 10.01.2022

I ostale kompanije Jutjub (Youtube), Amazon, Epl (Apple) posluju kroz unapređenje saobraćaja, koristeći tehnologije koje su za većinu nas nevidljive. Cilj je naterati korisnike na neprestano „kliktanje", jer kliktanje podrazumeva podatke, a podaci su sinonim za profit. Različite su matrice usvajanja tehnologije između generacija. U većini slučajeva, mlađe generacije su te koje brže prihvataju novu tehnologiju. Veoma brzo napredujemo ka društvu u kojem su naši životi, posao, ekonomski i politički život, kultura i umetnost, društveni i partnerski odnosi protkani tehnologijom. Skoro svaki aspekt naših života u sve većoj meri postaje posredovan tehnologijom.[15]

Vlasti su pred velikim izazovima u pokušaju regulacije globalnih medijskih kompanija. Izazov biva još komplikovaniji u slučaju decentralizovane tehnologije kao što je internet, gde su korisnici ti koji stvaraju većinu sadržaja, pogotovo ako uzmemo u obzir da same kompanije ne žele ovakve zakonske regulative, zato što one ugrožavaju njihov suštinski model poslovanja, kao i ogromne profite. U slučaju da vlade i kompanije ne žele, ili nisu u mogućnosti, da sprovedu neophodne regulative, medijska pismenost ostaje jedina demokratska alternativa. Kako tržišta ne mogu biti regulisana, korisnici su prepušteni da regulaciju sprovode samoinicijativno, pri čemu se aktivira ideja o medijskoj pismenosti, kako u redovima onih koji utiču na kreiranje poslovnih politika tako i od strane medijskih kompanija.

4. Medijska pismenost kao odgovor

Proteklih godina, veliki broj istraživanja bio je usmeren na „medijsku pismenost" kao potencijalni odgovor na izazove koje nameće razvoj tehnologije. Medijska pismenost se često smatra zamenom u odsustvu zakonske regulative koja štiti korisnike interneta od negativnih uticaja novih tehnologija.

Međutim, najveći zadatak u realizaciji medijske pismenosti pada na obrazovne sisteme, kao i na samoobrazovanje. Kao i u većini socijalnih politika u drugim domenima, regulatorna odgovornost je delegirana sa država na pojedince. Od korisnika se očekuje da sami regulišu sopstvenu medijsku konzumaciju, kao i da se samostalno nose sa problemima koje donose novi mediji i komunikaciono okruženje. Da bi za tako nešto bili sposobni, neophodna je medijska pismenost. Međutim, medijska pismenost nikada nije predstavljala prioritet u nacionalnim strategijama obrazovanja. Uprkos žustrim javnim debatama, medijska pismenost nikada nije bila uključena sistemski u nastavne programe. Od onoga što ona suštinski predstavlja, a to je kritičko razumevanje medija, danas se definicija medijske pismenosti u praksi svodi na pitanja sigurnosti na internetu i osnovnu tehnološku pismenost. U Republici Srbiji, prvi pomak napravljen je u konstitu-

[15] Tornero, P. & Varis, T. (2010). Media Literacy and new Humanism. UNESCO Institute for Information Technologies in Education, p. 7-8.

isanju dokumenta: Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025.[16] Međutim, iako Strategija postavlja medijsku pismenost kao dugoročni cilj, izostale su konkretno razrađene mere u ovoj oblasti. „Medijskom strategijom Republika Srbija se obavezala da će podržati razvoj medijskog pluralizama koji podrazumeva raznolikost vlasništva, izvora informacija i medijskih sadržaja. Čini se da Zakon o javnom informisanju i medijima nije u celini obuhvatio ideju Medijske strategije, budući da je uvođenjem praćenja medijskog pluralizma kroz slušanost, gledanost i prodati tiraž medija pokrio samo jedan aspekt medijskog pluralizma. Ujedno, ni za praćenje ove dimenzije pluralizma nisu razvijeni adekvatni instrumenti te se može konstatovati da cilj nije ispunjen."[17]

Na nacionalnom nivou, aktivnosti koje se tiču medijske pismenosti najviše su obuhvatile oblast formalnog obrazovanja. Samim tim, ne može se očekivati veliki pomak u medijskom obrazovanju, jer medijska pismenost predstavlja skup znanja i veština koje su neophodne svim društvenim strukturama.

„Jezik, mediji i kultura se u srednjim školama predaje od septembra 2018. godine. Paralelno teče i proces rada na formiranju digitalnih učionica i preko 1.000 njih će biti na raspolaganju predavačima u prvom i petom razredu osnovnih škola. U širenju medijske pismenosti učestvuju i organizacije civilnog društva, mediji i izdavači koji su u proteklim godinama bili aktivni u organizovanju informativnih kampanja, sprovođenja programa neformalnog obrazovanja i kreiranju priručnika i drugih edukativnih materijala. Preovlađujuće su ove aktivnosti usmerene ka nastavnicima i srednjoškolcima".[18]

Prema istraživanju Fonda za otvoreno društvo iz Sofije, Republika Srbija se po indeksu medijske pismenosti nalazi na 29. mestu od 35 zemalja koliko ih je bilo obuhvaćeno ovim istraživanjem.[19]

Noviji trendovi medijsku pismenost interpretiraju kao oruđe za rešavanje medijskih problema. Sa razvojem novonastalih problema (lažne vesti, „cyberbullying", zavisnost od smart telefona) javila se potreba za brzim rešenjima. Kompleksnost ovih problema je isuviše velika za instant metode na nivou nacionalnih strategija. Problemi u pitanju zahtevaju hvatanje u koštac sa samim uzrocima, umesto sanacije posledica, a sagledavanje izolovanih problema može dovesti samo do parcijalnih rešenja.

Medijska pismenost zahteva medijsko obrazovanje i to je činjenica koja se polako usvaja na nivou poslovnih politika. Nastavni programi ne treba samo

[16] Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025., "Sl. glasnik RS", br. 11/2020

[17] Ibid, p. 8.

[18] Ibid, poglavlje 5.1

[19] Lessenski, M. (2018). Common sense wanted resilience to 'post-truth' and its predictors in the new media literacy index 2018. Open Society Institute - Sofia. Dostupno na: https://bit.ly/2AgmqpL.

da uče o tehnologiji i medijima, već i da postavljaju kritička pitanja o tome kako savremeni mediji i tehnologije koji ih posreduju predstavljaju svet u kojem živimo i što je još bitnije, na koji način stvaraju značenja i vrednosti. Dok se tehnološka pismenost svodi na sposobnosti u upotrebi hardvera i softvera, medijska pismenost je znatno kompleksnija. Iako promoviše kreativnu upotrebu medija, suštinski je usmerena na kritičko mišljenje.

Kritičko mišljenje je kompleksan koncept koji se razvijao tokom proteklih 2.500 godina. Sam izraz „kritičko mišljenje" vuče korene iz sredine kasnog 20. veka. Sve kasnije definicije su zasnovane na definiciji koju je ponudio Edvard Glejzer (Edward Glaser) daleke 1941. godine: „Kritičko mišljenje zahteva uporni napor da se ispita bilo koje verovanje ili navodni oblik znanja u svetlu dokaza koji ga podržavaju i daljih zaključaka kojima teži. Ono uglavnom podrazumeva sposobnost da se prepoznaju problemi, da se pronađu izvodljivi načini za rešavanje tih problema, da se prikupe i obrađuju relevantne informacije, da se prepoznaju neizrečene pretpostavke i vrednosti, da se razume i koristi jezik sa tačnošću i jasnoćom, da se tumače informacije, da se procenjuju dokazi i argumenti, da se prepoznaje postojanje (ili nepostojanje) logičkih odnosa između iskaza, da se izvode opravdan zaključci i generalizacije, da se isti zaključci i generalizaciji do kojih se dolazi testiraju, da se rekonstruišu sopstveni obrasci verovanja na osnovu šireg iskustva i da se donose tačni sudovi o konkretnim stvarima i kvalitetima u svakodnevnom životu."[20]

Od 1970. u okviru definisanog konteksta kritičkog mišljenja, u praksi preovlađuju četiri kritička koncepta za interpretaciju filma, televizije, štampe, kompjuterskih igara i sl. Ovi koncepti imaju direktnu primenjivost u razvijanju individualnih kapaciteta za kritičko mišljenje u procesa usvajanja medijske pismenosti.[21]

Prvi koncept je jezik medija. Ono što ovde analiziramo je kako mediji stvaraju značenje, ili kako stvaramo značenja iz medija; i u ovom kontekstu „jezik" uključuje oblike vizuelnog i audio-vizuelnog jezika. Proučavanje medijskog jezika vodi nas dalje od pogleda na internet kao slobodnog prostora gde se ljudi jednostavno „izražavaju sebe". Društveni mediji poput Fejsbuka i Tvitera nisu otvoreni forumi: oni imaju svoja pravila i konvencije koje određuju vrste jezika koje su moguće kao i dozvoljena ponašanja.

Drugi koncept je predstavljanje. Ovde analiziramo tvrdnju medija da predstavljaju stvarnost. Ovo nas vodi dalje od interpretacije digitalnih medija kao puke „informacione" tehnologije. Često se pretpostavlja da je informacija neutralno dobro; da putuje niz žicu, na ekran i u naš mozak i da je jedino što treba da naučimo je kako da je pronađemo. Ali iz perspektive medijske pismenosti i medijskog obrazovanja, mi imamo obavezu da postavljamo pitanja o tome koliko

[20] Glaser, E. (1941).An Experiment in the Development of Critical Thinking, Teacher's College, Columbia University. str 23.

[21] Postman, N. and N. Weingertner. 1969. Teaching as aSubversive Activity. New York: Dell, str 71.

su ove informacije pouzdane i kredibilne i koliko smemo da verujemo onome šta nam govore o svetu.

Istražujući koncept produkcije, kao treći koncept, neophodno je postaviti ključna pitanja: ko pravi date medije, kako ih pravi i zašto, kako se mediji distribuiraju i regulišu. Ovo važi bez obzira na to da li su mediji napravljeni od strane velikih korporacija ili pojedinaca. Ključni zaključak u ovom pristupu je da mediji u pitanju nisu besplatni, čak i kada se čini da jesu. Modeli poslovanja zasnovani na podacima funkcionišu na različite načine, počevši od tradicionalnih kao što je televizija i radio, ali ih i dalje kontrolišu velike kompanije.

Konačno, posmatrajući publiku, što se odnosi na četvrti koncept, možemo zaključiti ko koristi ove medije, kako ih koristi i zašto. Ono što postaje evidentno je da digitalni i društveni mediji ne služe samo funkciji osnaživanja pojedinačnih korisnika i njihovog kreativnog samoizražavanja.[22] Oni se mogu odnositi na kreativnost, ali se takođe bave i nadzorom, jer kompanije koje posreduju ove servise istovremeno prikupljaju podatke o svemu što svi mi radimo na internetu, klik po klik. U razvoju kritičke svesti i sticanju medijske pismenosti, pozvani smo da razmislimo o tome kako i zašto koristimo ove medije u svakodnevnom životu, kao i o širim društvenim, etičkim i psihološkim implikacijama navedene paradigme.

5. Zaključna razmatranja

Savremeno društvo je upućeno na nove tehnologije koje su uspostavile i novi vid medija i umreženog društva. Pored svih blagodeti koje je društvu doneo internet, svedoci smo da ni jedan napredak ne može da egzistira bez upućivanja na nove vidove poslovanja i stvaranja kapitala. Socijalne mreže, kao baza podataka njihovih korisnika, uslovile su novi vid poslovanja: trgovanje podacima korisnika, što je u literaturi definisano kao „nadzorni kapitalizam".

Odgovor na ovu pojavi koja predstavlja manipulisanje ličnim podacima korisnika medija, jedino može da bude edukacija svih društvenih grupa, kojima bi bila dostupna znanja i veštine koje podrazumeva medijska pismenost.

U cilju obrazovanja javnosti da prepoznaju namere medije, u Republici Srbiji doneta je Strategija za period 2020-2025. ali analiza ovog dokumenta ukazuje na to da tako koncipiran pristup ne garantuje značajnije pomake u ovoj oblasti.

[22] Zuboff S (2015) Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology 30: 75–89.

Literatura:

- Akhtar, A. & Ward, M. (2020). Bill Gates and Steve Jobs raised their kids with limited tech – and it should have been a red flag about our own smartphone use. https://www.businessinsider.com/screen-time-limits-bill-gates-steve-jobs-red-flag-2017-10
- Annas, J. and C. J. Rowe (eds.), 2002, *New Perspectives on Plato, Modern and Ancient*, Cambridge: Harvard University Press.
- Baltezarevic, R., Baltezarevic, B., Kwiatek, P. & Baltezarevic, V. (2019). The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity, *Symposion*, 6, 1, 7-22
- Carr, N. (2008) "Is Google Making Us Stupid? *The Atlantic*, July/August 2008.
- Confessore, N. (2018). Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html
- Glaser, E. (1941). *An Experiment in the Development of Critical Thinking*, Teacher's College, Columbia University.
- Hendricks V. F., & Vestergaard, M. (2019). *Reality lost: Markets of attention, misinformation and manipulation*. Springer Open, Cham.
- Ingraham, C. (2016) "New media, new panics", *Critical Studies in Media Communication,* 33(5): str. 455-467
- McDougall, J., Zezulkova, M., van Driel, B., Sternadel, D. (2018). 'Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practicesin primary and secondary education', *NESET II report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 6.
- McLuhan, M. (1964/2003). *Understanding media: The extensions of man.* Corte Madera, CA:Gingko Press
- Postman, N. and N. Weingertner. (1969). *Teaching as a Subversive Activity.* New York: Dell.
- Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025., „Sl. glasnik RS", br. 11/2020
- Tornero, P. & Varis, T. (2010). *Media Literacy and new Humanism*. UNESCO Institute for Information Technologies in Education.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science, 359*(6380), 1146-1151.
- Winn, M. (1983). The loss of childhood. https://www.nytimes.com/1983/05/08/magazine/the-loss-of-childhood.html
- Zuboff S (2019) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* 1st ed. New York, NY: Public Affairs.
- Zuboff S (2015) Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology* 30: 75–89.

Borivoje V. Baltezarević

UDC 316.776:004
371:004

DOI: 10.5937/MegRev2201283B
Review scientific article
Received 15.02.2022.
Approved 21.02.2022.

THE NEED AND LIMITATIONS OF MEDIA LITERACY AND CRITICAL OPINION IN THE AGE OF SUPERVISORY CAPITALISM

Summary: *The paper discusses the issue of modern society that functions mainly through new technologies. It points out the misconception that the Internet has provided safe and unlimited access to the world of knowledge and information and new modalities of creative expression. Time has shown that the use of modern technologies has led to the creation of new business models that are defined as surveillance capitalism, the emergence of which indicates the negative aspects of social media. Surveillance capitalism involves overseeing and compromising the privacy of the individual through the trade of personal data. The answer to this phenomenon is the potential role of critical thinking and media literacy. Critical thinking and media literacy are viewed in the context of national strategies and the individual aspect, while identifying existing potentials and constraints. Keywords: surveillance capitalism, media literacy, media education, critical thinking*

Keywords: *surveillance capitalism, media literacy, media education, critical thinking*

Radan Kostić*
Aleksandar Savić**
Milan Mihajlović***

UDK 004.738.5:658.8
004.738.5:339

DOI: 10.5937/MegRev2201293K
Pregledni naučni članak
Primljen 10.03.2021.
Odobren 22.03.2021.

ANALIZA ZNAČAJA MARKETING MIKSA U ELEKTRONSKOJ TRGOVINI

Sažetak: *Internet marketing je nova filozofija i zanimljiva tema posebno za istraživače u oblasti marketinga. To je novi način marketinga proizvoda/usluge na globalnom nivou na ciljanom tržištu širom sveta. Ovaj rad predstavlja novi pristup sagledavanju uloge marketing miksa u elektronskoj trgovini. Značaj marketinga u e-trgovini je često praćen problemima primene uobičajenih alata marketinga u virtuelno okruženje. Rad identifikuje elemente marketing miksa u e-trgovini u skladu sa trendom elektronske trgovine i Internet tehnologije. Cilj rada je ukazati na ulogu marketing miksa u elektronskoj trgovini primenom 7P modela koji omogućava strukturiranje promena u pogledu trgovinskih i informacionih usluga onlajn prodavnica.*

Ključne reči: *e-trgovina, marketing miks, internet marketing, 7P.*

* Docent, Fond za socijalno osiguranje vojnih osiguranika, Beograd, Srbija; kostic.radan1976@gmail.com

** Master, Vojnotehnički institut, Beograd, Srbija; aleksandar22071993@gmail.com

*** Naučni saradnik, Vojna akademija, Univerzitet odbrane, Beograd, Srbija; milan.mih83@gmail.com

1. Uvod

Iako se šira javnost upoznala sa e-trgovinom tek u poslednjoj deceniji, e-trgovina zapravo postoji već više od 30 godina. Uslovi za uspostavljanje elektronske trgovine nastali su razvojem elektronske razmene podataka (EDI - electronic data interchange) šezdesetih godina prošlog veka razmenom poslovnih dokumenata sa jednog računara na drugi u standardnom formatu.[1] Ova prva generacija e-trgovine, ili EDI, omogućila je kompanijama da bezbedno i efikasno razmenjuju informacije, daju narudžbine i vrše elektronski prenos sredstava putem računara. Pojava interneta sredinom devedesetih godina XX veka. započela je drugu eru e-trgovine koju karakteriše promet dobara i usluga putem interneta. Kako tržište e-trgovine za pružanje usluga putem interneta nastavlja da raste, pojavile su se brojne internet kompanije koje služe rastućim potrebama korisnika interneta, među njima se ističu Dell, Amazon, Yahoo, Baidu, Sina i Ebay.[2]

U radu je analiziran značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini od strane korisnika. Istraživanje je sprovedeno avgusta 2020. godine putem interneta (Google Forms), tako što su ispitanici popunjavali upitnik. Primenjen je metod neeksperimentalnog istraživanja na osnovu uzorka – anketiranje ispitanika dok je tip uzorka neslučajan – dobrovoljački. Uzorak čini 750 ispitanika sa prebivalištem na teritoriji Republike Srbije. Ispitanici su pored popunjavanja opštih podataka o sebi imali zadatak da odgovore na 33 pitanja o marketing miksu u elektronskoj trgovini zaokruživanjem jednog od tri ponuđena odgovora (tačno, ne znam i nije tačno).

Osnovni cilj istraživanja je da se ispita značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini u odnosu na pol, starost, obrazovanje i status (kupac ili prodavac) korisnika. Polazeći od cilja istraživanja u ovom radu formulisane su sledeće istraživačke hipoteze.

H_0 Marketing miks je značajan korisnicima u elektronskoj trgovini.

H_1 Marketing miks je značajan korisnicima u elektronskoj trgovini u istoj meri u odnosu na pol.

H_2 Marketing miks je značajan korisnicima u elektronskoj trgovini u istoj meri u odnosu na starost.

H_3 Marketing miks je značajan korisnicima u elektronskoj trgovini u istoj meri u odnosu na nivo obrazovanja.

H_4 Marketing miks je značajan korisnicima u elektronskoj trgovini u istoj meri u odnosu na status korisnika (prodavac/kupac).

Metodologija marketinga u oblasti e-trgovine je novo i malo istraženo područje. Razvija se intuitivno, nasumično i nesistematično. Veliki broj autora analizira teorijski i metodološki rad o marketingu u e-poslovanju ukazujući na tren-

[1] Krstić D. i Vukasović D. (2018): "On-line finansijske transakcije u plaćanjima malih vrednosti", *Oditor,* 4(2), pp. 39-47.

[2] Qin Z. (2009): *Introduction to e-commerce.* Beijing: Tsinghua University Press, p.12.

dove stabilne transformacije ponašanja potrošača u internet okruženju, kao i proces promena u oblicima i metodama poslovanja.[3] To je dovelo do saznanja da se sada gotovo ne obraća pažnja na konceptualne temelje marketing miksa u e-trgovini. Ovaj rad je posvećen istraživanju klasičnog marketing miksa, ili koncepta „7P", koji su 1981. god. ponudili američki naučnici: B. H. Booms & M. J Bitner (1981)[4] u virtualnom okruženju e-trgovine.

2. Marketing miks u elektronskoj trgovini

U oblasti e-trgovine razvoj marketing miksa se može posmatrati sa dva aspekta. Prvi aspekt je razvoj uslužne komponente. E-trgovina predstavlja oblast komercijalne aktivnosti koja pruža uslugu onlajn trgovanja[5]. Nematerijalna, tehnološka i programska priroda procesa prodaje, distancirana komunikacija između prodavca i kupca, nemogućnost upoznavanja robe, su samo neke od karakteristika svojstvenih usluzi trgovanja na internetu. Drugi aspekt razvoja marketinškog koncepta u e-trgovini je razvijanje inovacijske komponente. IBM kompanija je 1997. godine e-poslovanje identifikovala kao „transformaciju ključnih poslovnih procesa korišćenjem internet tehnologije".[6] Od tada, e-poslovanje uopšte i e-trgovina posebno, pod uticajem različitih inovacija su u osnovi promenili ne samo poslovne procese, već i celokupno ekonomsko okruženje u novom virtuelnom prostoru. Savremeni marketing aktivno koristi rezultate naučnih otkrića iz oblasti informacione tehnologije, matematike, psihologije, fizike, hemije, kibernetike, upravljanje znanjem i dr.

Marketing aktivnosti internacionalnih trgovinskih kompanija na prvom mestu zahtevaju istraživanje internacionalnog tržišta odnosno tržišta zemalja gde se poslovanje širi. Nakon toga vrši se selekcija i izbor tržišta, na kome se nastupa ili putem standardizovanog „paketa" ponude ili njegovim prilagođavanjem lokalnim zahtevima. Sama činjenica da trgovinske kompanije šire svoje poslovanje izvan nacionalnog tržišta, ukazuje na potrebu za aktuelnim i tačnim informacijama, koje se dobijaju putem istraživanja tržišta.[7]

---

3 Kotlyarov, I. D. (2012): "Trends in the Evolution of E-commerce". *Internet Marketing*, 4(70), pp. 252-258.

4 Booms, B.H. & Bitner, M.J. (1981): "Marketing strategies and organization structures for service firms. Marketing of Services", *Conference Proceedings: American Marketing Association, Illinois*, 47-51 p.

5 Damnjanović R., M. Bešlin-Feruh, i Rajković A. (2020): "Marketing održivog razvoja i ekološki menadžment", *Održivi razvoj,* 2(2), str. 31-40.

6 Rakić M., i Rakić B. (2019): "Tržišna moć digitalnih potrošača u povezanom svetu 24/7/365", *Megatrend revija,* 16(2), str. 79-100.

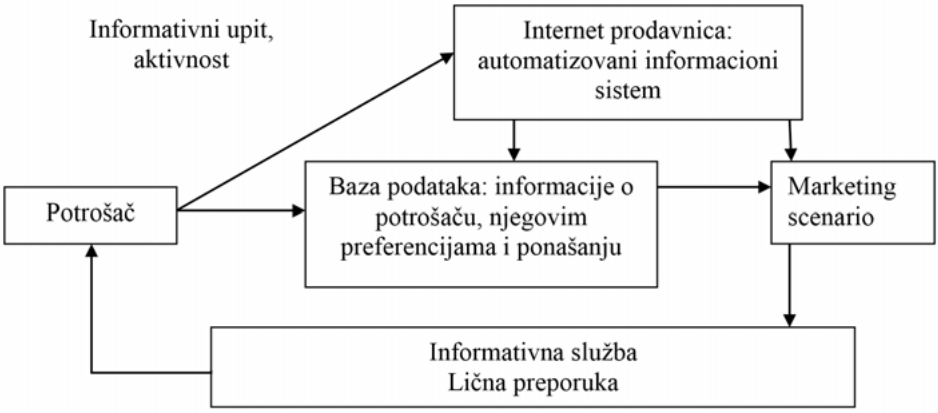
7 Ćuzović Sreten., Sokolov-Mladenović Svetlana (2009): "Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača" , *Ekonomske teme, 47(2),* str. 43-58.

Prvo značajno istraživanje tradicionalnog marketing miksa objavljeno je 70-ih godina 20. veka.[8] Istraživanje je obuhvatilo razlike između funkcionalnih zadataka marketinga u proizvodnom i neproizvodnom sektoru. Nepunih sedam godina nakon prvog formulisanja marketinškog miksa autori B. H. Booms (1981) i M. J. Bitner (1981)[9] su definisali model sistemskog marketinga poznat pod nazivom 7P. Klasični marketinški model 4P (proizvod, cena, mesto i promocija) je proširen na 7P (+ proces, ljudi i fizički dokazi) uglavnom radi razvijanja alata za poboljšanje konkurentnosti organizacija u sektoru usluga.

3. Personalizacija i informaciona podrška marketinga u e-trgovini

Želja za stvaranjem jedinstvene ponude u smislu tehnoloških mogućnosti kompanija i rastuće konkurencije identifikovala je ključni trend u razvoju marketinga u e-trgovini. Taj trend je personalizacija ili predlozi za određene kupce u skladu sa sadržajem.

Algoritam realizacije personalizovanih ponuda u e-trgovini prikazan je na slici 1. Korisnik sam šalje podatke o njemu u online prodavnicu. Pored toga, automatizovani informacioni sistem prodavca sakuplja podatke o istoriji upita pretraživanja i drugim informacijama o korisniku i karakteristikama njegovog ponašanja u bazi podataka. Na osnovu posebnog softverskog mehanizma podaci se obrađuju, a moguća vrsta kupca se određuje u skladu sa postojećom klasifikacijom (na primer, ABC XYZ metoda se koristi u tradicionalnoj trgovini).



Slika 1: *Šema primene personalizovanih predloga u e-prodavnici*

8 Eiglier, P. & Langeard, E. (1976) *Principes de politique marketing pour les enterprises de services.*Marseille: Universite d'Aix-Marselle, p. 26.

9 Booms, B.H. & Bitner, M.J. (1981). *Marketing strategies and organization structures for service firms*. Marketing of Services, Conference Proceedings: American Marketing Association, Illinois, pp. 47-51.

Marketinški scenario se postavlja tako da odgovara vrsti potrošača i njegovom ponašanju na osnovu kojeg se formira informaciona usluga - „lična preporuka" proizvoda. Zove se "savetodavna služba" komercijalnog preduzeća.[10] Može se primetiti da se ova usluga zasniva na konceptualnim osnovama kognitivnog aktivno razvijajućeg marketinga u elektronskom okruženju. U radu K. Kalyanam and Sh. McIntyre (2002)[11] autori predlažu model 4P + P2C2S2, u kojem su dodatni elementi personalizacija, privatnost, korisnička usluga, zajednica, bezbednost i dizajn. Prema rezultatima ovog istraživanja, personalizacija uključuje prilagođavanje celokupnog marketing miksa, uključujući ponudu proizvoda i cene, prodajne kanale i komunikaciju, uzimajući u obzir ograničenja u korišćenju ličnih podataka o potrošaču. Time je moguće sve stavke rasporediti na 7P. Dakle, personalizacija i privatnost određuju mogućnosti i ograničenja kako bi se razvila prilagođena ponuda e-prodavnice. Korisnička služba i sigurnost su komponente procesa, zajednica je deo promocije. Veruje se da personalizovana informaciona usluga prodavca u elektronskom okruženju može biti glavni faktor za manipulisanje ponašanjem potrošača. Upravo oblikovane informacije usmerene na zadovoljavanje individualnih potreba određenog pojedinca mogu izazvati anksioznost.

Savremeni mehanizmi za povećanje nivoa prodaje u maloprodaji uključuju neke elemente manipulacije. Internet prodavnice koriste razne tehnologije u istoj meri kao i tradicionalne prodavnice. Neke od tih tehnologija su cross-selling (unakrsna prodaja - prodaja međusobno zamenljive i međusobno komplementarne robe), up-selling (povećanje iznosa prodaje - kupovina skuplje robe) i down-selling (smanjenje prodaje - tehnika zadržavanja kupca, gde kupac može odbiti kupovinu zbog visokih cena). Tržište nije zainteresovano za pojavu sumnje kod potrošača, jer sumnja izaziva strah, usled čega kompanija može izgubiti klijenta. Kao što je poznato, cena privlačenja novog kupca veća je od troškova zadržavanja kupca. Preporučljivo je trgovačkim kompanijama da obrate pažnju na optimizaciju politike asortimana i razvoj logistike nabavki, a ne da deponuju značajna ulaganja u mehanizme za manipulaciju sa potrošačima. Visok stepen personalizacije komercijalnih ponuda, stepen pogađanja želja potrošača mogu imati negativne strane. Razvoj informacionih tehnologija za prikupljanje i obradu, kao i formiranje relevantnog predloga zasniva se na potrebi da se povećaju informacije o ponašanju potrošača. Otkrivanjem sve veće količine informacija o njima od strane kupaca internetske prodavnice žele da se osiguraju od neovlašćenog pristupa i prenosa podataka trećim licima. Ovaj faktor će u bliskoj budućnosti takođe biti važan u proceni kvaliteta svake internetske prodavnice i formiranju lojalnosti kupaca.

[10] Stojanović, C. i Stanojević, P. (2017): "Ciljevi organizacionog sistema i IMS-a", *Akcionarstvo*, 23(1), str. 5-18

[11] Kalyanam, K.& McIntyre, Sh. (2002). "The E-Marketing Mix: A Contribution of the E-Tailing Wars". *Journal of the Academy of Marketing Science, 30(4),*pp. 487-499.

Racionalnost ponašanja potrošača eksponencijalno raste s povećanjem količine informacija (sa svojim zagarantovanim kvalitetom) na elektronskim tržištima. Istovremeno na tržištu sa razvijenom konkurencijom potrošač ima pravo korišćenja informacione podrške kako bi omogućio kupcu adekvatan izbor. U zavisnosti od toga postoje[12]:

1. Emotivni izbor - Spontano, ne namerno. Uglavnom se vrši pod vremenskim pritiskom i informacijama (nedostatak može nastati kada kupac nema informacije o karakteristikama proizvoda, a javlja se zbog produžene kupovine itd.). Ovaj izbor je najracionalniji i verovatno je da će kupac biti razočaran.
2. Logičan izbor - Karakteriše ga uravnoteženo ponašanje potrošača. Obavlja se s potrebnom količinom informacija o ovom proizvodu. Međutim, ove informacije mogu biti fragmentirane, a ne strukturirane. Kupac se suočava s procenom različitih karakteristika robe, potrebom da se prikupe i analiziraju velike količine podataka.
3. Optimalan izbor - U skladu je sa najvišim stepenom racionalnog ponašanja potrošača. Kupac ima sve potrebne i dovoljne informacije o robi i njenim karakteristikama, a informacije su personalizovane (odgovaraju ne samo individualnim potrebama, već i percepciji potencijalnih kupaca). Na elektronskim tržištima, kao i na tradicionalnim, ključno ograničenje je izbor kupca zbog ograničenja budžeta

U oblasti e-trgovine, optimizacija izbora potrošača povoljno se vrši na osnovu taktičke konsolidacije podataka i objedinjavanja informacija i usluga kupovine. Integrisana usluga omogućava da se napravi vizuelna slika podataka o željenoj ponudi proizvoda za konkretnog kupca: opis proizvoda, prednosti i nedostaci robe, procena pouzdanosti dobavljača, tačno vreme isporuke i troškovi isporuke robe, troškovi robe sa popustima.

Vreme isporuke, kao varijabla faktora kupovine, predstavlja vreme koje protekne od trenutka poručivanja do trenutka isporuke proizvoda na adresu potrošača.[13] Uključuje: otpremanje, špediciju i isporuku. Otpremanje je vremenski interval koji protekne od trenutka poručivanja do trenutka predaje proizvoda špediterskoj kompaniji. Špedicija je vreme koje proizvod provede tokom transporta, dok je vreme isporuke vremenski interval koji protekne od napuštanja robe iz distributivnog centra do potrošača. Svako minimiziranje vremena isporuke vodi većoj satisfakciji potrošača. Zato je pružanje korisničke vrednosti u e-trgovini garancija zadovoljenja kupaca.[14]

[12] Jolović N. (2019): "Menadžment ljudskih resursa u funkciji sticanja konkurentske prednosti u bankarstvu", *Oditor* 5(3), str. 65-78.

[13] Mićović S., i Miletić J. (2019): "Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja", *Održivi razvoj*, 1(1), str. 43-51.

[14] Ćuzović Sreten., Sokolov-Mladenović Svetlana (2009), op.cit, str.56.

4. Prednosti i nedostaci internet marketinga

Internet može klijentima da pruži pravovremene informacije zbog mogućnosti uspostavljanja komunikacija i njegove dostupnosti 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji. On-line marketing nudi više izbora i fleksibilnosti, a istovremeno eliminiše ogromne zalihe, troškove skladištenja, komunalije, iznajmljivanje prostora itd.. Često se u praksi povezuju internet marketing sa direktnim marketingom, jer kompanije koje učestvuju u mrežnom marketingu obično skraćuju lanac snabdevanja i smanjuju troškove provizije i rada. Sposobnost da posluži i kao medij za transakcije i kao fizički medij distribucije za određenu robu jedinstvena je karakteristika internet marketinga. Kompanije koje pružaju digitalne proizvode ili usluge kao što su softver, muzika, vesti, konsultantske usluge, kupovina karata i rezervacija putem interneta, osiguranje, bankarstvo, brokersko posredovanje, porezi i druge industrije finansijskih usluga mogu najbolje ostvariti takve prednosti. Korišćenje interneta kao kanala distribucije može ne samo da značajno smanji troškove isporuke, već i da osigura trenutnu isporuku usluga i proizvoda.

Odeljenja za marketing u okviru svojih kompanija danas više ulažu u internet marketing iz sledećih razloga:

- Atraktivni je za većinu profila kupaca, pa se može efikasno doći do ciljnog kupca,
- Brže i jeftinije je vođenje kompanija direktnog marketinga,
- Merljivo je, što znači da se uspesi mogu prepoznati i ponoviti i
- Isplativo je na duži rok.

Osnovni nedostatak internet marketinga je činjenica da ne postoji stvarni kontakt licem u lice.[15] Za vrste proizvoda koji se u velikoj meri oslanjaju na izgradnju ličnog odnosa između kupaca i prodavca, poput prodaje životnog osiguranja i vrste proizvoda za koji je potreban fizički kontakt, internet marketing nije podoban. Iako internet marketing ne može dozvoliti potencijalnim kupcima da dodiruju ili mirišu, okuse ili „isprobaju" proizvode, istraživanje potrošača kozmetičkih proizvoda pokazuje da marketing putem e-pošte može biti iskorišćen da zaintrigira potrošača da poseti prodavnicu i isproba proizvod.[16] Nedostatak e-marketinga jeste i pouzdanost u tehnologiju, sigurnost, pitanje privatnosti, troškovi održavanja zbog konstantno evoluirajućeg okruženja, veća transparentnost cena i sve veća cenovna konkurencija i svetska konkurencija kroz globalizaciju.

[15] Garabinović D. (2019): "Onlajn marketing promocija lokalnih turističkih organizacija - analiza stanja u Moravičkom upravnom okrugu", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu* 7(1): 71-81.

[16] Martin B. A. S., Van Durme J., Raulas M. and Merisavo, M. (2003): "E-mail Marketing: Exploratory Insights from Finland", *Journal of Advertising Research*, 43(3), pp. 293-300

5. Analiza značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini

5.1. Metodologija istraživanja i opšte karakteristike uzorka

U svrhu analize utvrđivanje značajnosti marketing miksa u elektronskoj trgovini od strane korisnika primenjen je metod neeksperimentalnog istraživanja na osnovu uzorka – anketiranje ispitanika. Kako bi se dobijeni rezultati mogli u najvećoj meri aproksimirati na skup formiran je reprezenativni uzorak prema svojstvima značajnim za sprovedeno istraživanje.

Istraživanje je sprovedeno avgusta 2020. godine putem interneta (Google Forms), tako što su ispitanici popunjavali upitnik. Tip uzorka je neslučajan – dobrovoljački. Ispitanici su pored popunjavanja opštih podataka o sebi imali zadatak da odgovore na 33 pitanja o marketing miksu u elektronskoj trgovini zaokruživanjem jednog od tri ponuđena odgovora (tačno, ne znam i nije tačno). Pouzdanost Upitnika procenjena Krombahovim α keoficijentom može se smatrati zadovoljavajućom (α=0,71).

Uzorak čini 750 ispitanika sa prebivalištem na teritoriji Republike Srbije. U istraživanju su učestvovale 432 (57,6%) osobe ženskog pola, dok je broj ispitanika muškog pola iznosio 318 (42,4%). Najveći broj ispitanika čine ispitanici koji pripadaju starosnom dobu od 25 do 35 godina i njih ima 268 (35,7%). Ispitanika mlađih od 25 godina ima 229 (30,5%), a ispitanika koji pripadaju životnom dobu od 35 do 50 godina ima 165 (22%). Najmanje zastupljeni ispitanici su oni koji pridaju grupi starijih od 50 godina i njih ima 88 (11,7%). Iz razloga preglednosti navedenih karakteristika uzorka u nastavku je dat tabelarni prikaz strukture uzorka.

Tabela 1. *Struktura uzorka prema polu*

Pol ispitanika	Broj ispitanika	%
Muškarci	318	42,4
Žene	432	57,6
Ukupno	750	100

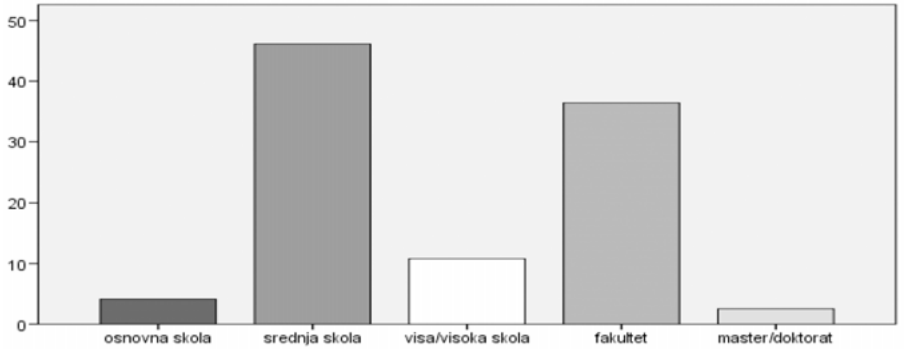
Izvor: proračuna autora

Tabela 2. *Starosna struktura ispitanika*

Godine ispitanika	Broj ispitanika	%
<25	229	30.5
25-35	268	35.7
35-50	165	22.0
>50	88	11.7
Ukupno	750	100.0

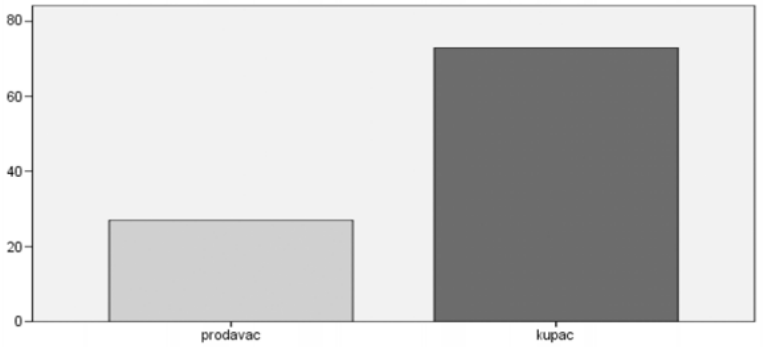
Izvor: proračuna autora

Prilikom istraživanja značajnosti marketing miksa u elektronskoj trgovini od strane korisnika pored navedenih varijabli (pol i starost), formirane su dodatne varijable kako bi istraživanje moglo da se sagleda sa više aspekata i kako bi dobijeni rezultati mogli da se tumače na osnovu pojedinih grupa ispitanika koje su formirane na osnovu obeležja uzorka. U nastavku rada predstavljen je njihov grafički prikaz.



Grafikon 1. *Struktura ispitanika prema obrazovanju*

Ispitanika sa završenim osnovnim obrazovanjem ima 3 (4,1%), sa završenom srednjom školom 346 (46,1%), sa završenom višom školom 81 (10,8%), sa završenim fakultetom 273 (36,4%), dok onih sa završenim masterom ili doktoratom ima 19 (2,5%).



Grafikon 2. Struktura ispitanika prema statusu korisnika (prodavac / kupac)

Od ukupnog broja ispitanika njih 203 (27,1%) su prodavci, dok je 547 njih svrstano u grupu (72,9%) kupaca.

Za obradu podataka korišćeni su Microsoft Excell 2011 i IMB SPSS Statistics Data 21[17]. dok su za utvrđivanje raspodele po kategorijama varijabli korišćene mere deskriptivne statistike – aritmetička sredina, standardna devijacija, greška

[17] Jolović I. (2020): "Analiza elemenata pakovanja proizvoda u kontekstu ponašanja potrošača pri kupovini", *Ekonomski izazovi,* 9(18), str. 1-25.

standardne devijacije, frekvence i procenti. Za ispitivanje značajnosti razlika korišćeni su t-test za nezavisne uzorke (za varijable sa dva nivoa) i jednofaktorska analiza varijanse (ANOVA) – za varijable sa tri i više nivoa. Rezultati dobijeni istraživanjem su prikazani u nastavku rada.

5.2. Rezultati istraživanja

U ovom delu rada predstavljeni su podaci do kojih se došlo na osnovu odgovora koje su davali ispitanici i utvrđeno je u kojoj meri je značajan marketig miks u elektronskoj trgovini sagledavanjem različitih grupa ispitanika. Na osnovu prikazanih rezultata i primenom odgovarajućih statističkih metoda postavljene hipoteze su ili prihvaćene ili odbačene.

Tabela 3. *Deskripitivne mere odgovora ispitanika na testu Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini*

Broj ispitanika	AS	SD	Min	Max
750	18,26	5,280	1	31

Izvor: proračuna autora

AS - aritmetička sredina uzorka, SD - standardna devijaciju uzorka, Min – minimalan broj tačnih odgovora, Max – maksimalan broj tačnih odgovora

Do rezultata istraživanja došlo se na osnovu upitnika koji je popunilo 750 ispitanika putem interneta, a čije se deskriptivne mere nalaze u Tabeli br. 3. Prosečan broj tačnih odgovora koji su dali ispitanici je 18,26. Minimalan broj tačnih odgovora koje je dao jedan ispitanik je 1, dok je maksimalan broj tačnih odgovora 31. Možemo zaključiti da je značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini na visokom nivou, ali da bi u narednom periodu svakako mogao biti bolji.

5.2.1. Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini u odnosu na pol

U cilju ispitivanja hipoteza ukazano je na postojanje razlika različitih grupa ispitanika o značaju marketing miksa u elektronskoj trgovini. Razlike su sagledavane na osnovu sociodemografskih karakteristika koje predstavljaju kontrolne varijable opisane u prethodnom delu rada. Na osnovu dobijenih rezultata predložene hipoteze će se ili prihvatiti ili odbaciti.

Prvom hipotezom se utvrđuje značaj marketing miksa u elektronskoj trgovinu kod osoba muškog i ženskog pola tj. da li se muškarci i žene razlikuju u pogledu značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini (Tabela br. 4). Primenom t-testa za nezavisne uzorke dobijene su statistički značajne razlike ($p<0,01$) između ispitanika muškog i ženskog pola na varijabli značajnosti marketing miksa u elektronskoj trgovini ($t=-4,114$; $df=745$; $p=0,000$). Ženama (AS=18,93) je značajniji marketing miks nego muškarcima (AS=17,34). Možemo se zaključiti da je prva hipoteza odbačena.

Tabela 4. *Prikaz grupne statistike i t testa prema polu ispitanika*

Varijabla	Pol	N	AS	SD	SG	t-test	df	p**
Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini	Muški	317	17,34	5,185	0,291	-4.114	745	0.000
	Ženski	430	18,93	5,253	0,253			

Izvor: proračuna autora

N - veličina uzorka, AS - aritmetička sredina uzorka, SD - standardna devijacija uzorka, SG - greška standardne devijacije, df - broj stepena slobode, p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu, t - vrednost t testa (za varijable sa dva nivoa); **p < 0,01

5.2.2. Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini u odnosu na starost korisnika

Druga hipoteza predviđa da je ispitanicima različite starosti (mlađi od 25 godina, od 25-35 godina, od 35-50 godina i stariji od 50 godina) u istoj meri značajan marketing miks u elektronskoj trgovini. Kao što se može videti iz Tabele br. 5 primenom jednofaktorske analize varijanse (ANOVA) dobijene su statistički značajne razlike (p<0,01) između ispitanika različite starosne dobi na varijabli značajnost marketing miksa u elektronskoj trgovini (F=21,883; df=3; p=0,000).

Tabela 5. *Prikaz grupne statistike i F testa prema uzrastu ispitanika*

Varijabla	Godine starosti	N	AS	SD	SG	F test	df	p**
Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini	<25	228	16,02	4,759	0,315	21,883	3	0,000
	25-35	268	19,19	5,346	0,327			
	35-50	164	19,02	5,077	0,396			
	>50	87	19,83	4,977	0,534			

Izvor: proračuna autora

N - veličina uzorka, AS - aritmetička sredina uzorka, SD - standardna devijacija uzorka, SG - greška standardne devijacije, df - broj stepena slobode, p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu, F - vrednost F statistike za varijable sa tri i više nivoa; **p < 0,01

Da bi proverili između kojih uzrasta postoje statistički značajne razlike u značaju marketing miksa u elektronskoj trgovini korišćen je Šefeov post hoc test (Tabela br. 6).

Statistički značajne razlike postoje samo između ispitanika mlađih od 25 godina i ispitanika starijih od 25 godina. Ispitanicima mlađim od 25 godina je statistički manje značajan marketing miks u elektronskoj trgovini (AS=16,02) od ispitanika starosti 25-35 godina (AS=19,19), 35-50 godina (AS=19,02) i ispitanika starijih od 50 godina (19,83). Između ostalih grupa ispitanika ne postoje razlike u pogledu značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini. Ispitanicima uzrasta 25-35 godina, 35-50 godina, kao i oni starijima od 50 godina je u istoj meri značajan marketing miks u elektronskoj trgovini. Može se zaključiti da je druga hipoteza delimično potvrđena.

Tabela 6. *Razlike značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini u zavisnosti od uzrasta, Šefeov test*

Uzrast		p
<25	25-35	0,000**
	35-50	0,000**
	>50	0,000**
25-35	<25	0,000**
	35-50	0,991
	>50	0,792
35-50	<25	0,000**
	25-35	0,991
	>50	0,700
>50	<25	0,000**
	25-35	0,792
	35-50	0,700

Izvor: proračuna autora

p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu; *p < 0,05; **p < 0,01

5.2.3. Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini u odnosu na obrazovanje korisnika

Treća hipoteza pretpostavlja da je ispitanicima sa različitim nivoima obrazovanja (osnovna škola, srednja škola, viša škola, fakultet, master/doktorat) u istoj meri značajan marketing miks u elektronskoj trgovini. Kao što se može videti iz Tabele br. 7 primenom jednofaktorske analize varijanse (ANOVA) dobijene su statistički značajne razlike (p<0,01) između ispitanika različitog nivoa obrazovanja na varijabli značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini (F=6,827; df=4; p=0,000).

Da bi proverili između kojih uzrasta postoje statistički značajne razlike u značaju marketing miksa u elektronskoj trgovini koristili smo Šefeov post hoc test (Tabela br. 8).

Utvrđeno je da statistički značajne razlike postoje između ispitanika sa fakultetskim obrazovanjem i svih ostalih grupa ispitanika osim ispitanika sa masterom/doktoratom. Ispitanicima sa završenim fakultetom je statistički značajniji marketing miks u elektronskoj trgovini (AS=19,39) od ispitanika sa osnovnom školom (AS=15,32), srednjom školom (AS=17,86) i višom školom (17,33). Između ostalih grupa ispitanika ne postoje značajne razlike. Ispitanicima sa osnovnom školom, srednjom školom, višom školom i masterom/doktoratom u istoj meri je značajan marketing miks u elektronskoj trgovini. Može se zaključiti da je i treća hipoteza delimično potvrđena.

Tabela 7. *Prikaz grupne statistike i F testa prema obrazovnom nivou ispitanika*

Varijabla	Nivo obrazovanja	N	AS	SD	SG	F test	df	p**
Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini	Osnovna škola	31	15,32	4,261	0,765	6,827	4	0,000
	Srednja škola	345	17,86	4,983	0,268			
	Viša škola	81	17,33	5,561	0,618			
	Fakultet	271	19,39	5,516	0,335			
	Master/ doktorat	19	18,26	3,942	0,904			

Izvor: proračuna autora

N - veličina uzorka, AS - aritmetička sredina uzorka, SD - standardna devijacija uzorka, SG - greška standardne devijacije, df - broj stepena slobode, p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu, F - vrednost F statistike za varijable sa tri i više nivoa; **p < 0,01

Tabela 8. *Razlike značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini u zavisnosti od obrazovnog nivoa, Šefeov test*

Nivo obrazovanja		p
Osnovna škola	Srednja škola	0,151
	Viša škola	0,501
	Fakultet	0,002**
	Master/doktorat	0,439
Srednja škola	Osnovna škola	0,151
	Viša škola	0,956
	Fakultet	0,011*
	Master/doktorat	0,999
Viša škola	Osnovna škola	0,501
	Srednja škola	0,956
	Fakultet	0,046*
	Master/doktorat	0,974
Fakultet	Osnovna škola	0,002**
	Srednja škola	0,011*
	Viša škola	0,046*
	Master/doktorat	0,934
Master/doktorat	Osnovna škola	0,439
	Srednja škola	0,999
	Viša škola	0,974
	Fakultet	0,934

Izvor: proračuna autora

p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu

*p < 0,05

**p < 0,01

5.2.4. Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini u odnosu na status korisnika (prodavac/kupac)

Četvrti zadatak ovog istraživanja bio je da se utvrdi da li se prodavci ili kupci razlikuju u pogledu značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini. Predviđa se da između ove dve grupe ispitanika neće biti razlike, odnosno da je i prodavcima i kupcima u istoj meri značajan marketing miks u elektronskoj trgovini. U prodavce su svrstani svi ispitanici koji prodaju proizvode, uključujući i one koji su nekoliko puta izvršili prodaju putem društvene mreže.

Kao što se vidi analizom Tabele br. 9, primenom t-testa za nezavisne uzorke dobijene su statistički značajne razlike ($p<0,01$) između prodavaca i kupaca na varijabli značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini ($t=3,856$; $df=745$; $p=0,000$). Prodavcima ($AS=19,47$) je statistički značajniji marketing miks u elektronskoj trgovini nego kupcima ($AS=17,81$). Može se zaključiti da je četvrta hipoteza odbačena.

Tabela 9. *Prikaz grupne statistike i t testa prema statusu korisnika*

Varijabla	Grupa	N	AS	SD	SG	t-test	df	p**
Značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini	Prodavac	203	19,47	5,296	0,372	3,856	745	0,000
	Kupac	544	17,81	5,207	0,223			

Izvor: proračuna autora

N - veličina uzorka, AS - aritmetička sredina uzorka, SD - standardna devijacija uzorka, SG - greška standardne devijacije, df - broj stepena slobode, p - verovatnoća na osnovu koje prihvatamo ili odbacujemo hipotezu, t - vrednost t testa (za varijable sa dva nivoa); **$p < 0,01$

6. Zaključak

Marketing putem interneta dugo se smatrao nepouzdanim i nepoželjnim oblikom marketinške komunikacije. Trenutno se njegov status promenio i smatra se jednom od najefikasnijih marketinških aktivnosti koja se bavi izgradnjom brenda, poboljšanjem odnosa sa kupcima, dobijanjem novih kontakta za promociju prodaje. Internet je važan za poslovno okruženje kod sprovođenja marketinških aktivnosti, koje mogu dostići mnogo veći broj korisnika od klasičnog marketinga, s obzirom da njihov broj i dalje raste. Za uspešnu primenu internet marketinga, kompanija mora na početku kampanje da postavi eksplicitni cilj.

Rezimirajući, autori formulišu marketing miks, posebno u e-trgovini, po elementima:

- Proizvod uključuje proizvodnju i gotovu robu (isporučenu tradicionalnim logističkim kanalima), informativne proizvode i informacijske usluge ispo-

ručene putem internetskih kanala i trgovinske i informacione usluge koje pružaju internetske prodavnice.
- Cena se odlikuje visokim stepenom personalizacije, fleksibilnosti i zavisi od tržišnih uslova i dinamične cenovne politike.
- Mesto prodaje je skup međusobno povezanih virtuelnih kanala prodaje, uključujući web lokaciju, trgovačku platformu na društvenoj mreži i mobilnu aplikaciju.
- Promocija uključuje sistem alata, uključujući prikazivanje i plaćeno oglašavanje u pretraživačkoj mreži, mobilno oglašavanje i marketing na društvenim medijima. Upotreba ovih alata ima za cilj uključivanje potrošača u proces komunikacije i promocije za emitovanje poruka.
- Ljudi uključuju premeštanje ljudi iz kontaktne zone u nevidljivi deo posla.
- Proces predstavlja jedinstvo proizvodnje i isporuke složenih komercijalnih i informacionih usluga na osnovu 100% automatizovanih poslovnih procesa.
- Fizički dokazi se transformišu u virtuelno okruženje: korporativni websajt, web lokacija ili grupa u društvenoj mreži i mobilna aplikacija.

Praktična primena marketing miksa je inteligentan mehanizam ličnih preporuka proizvoda, koji ima direktan uticaj na povećanje proizvodnih performansi komercijalne organizacije: rast prodaje i profita i podsticaj potrošača posvećenosti trgovačkoj kompaniji. To je zbog činjenice da primenjujući preporuku usluge trgovanja, kupac shvata da kompanija reaguje na ovaj zahtev, a odgovor je individualan (efekat personalizacije) i precizan (kvalitet usluge). Na osnovu naše studije, internet ne samo da donosi različitu sliku o svim elementima marketing miksa, već je doneo nov način da se pristupi potencijalnim kupcima i na vrlo zanimljiv, kreativan i ekonomičan način. Ovaj rad se bavi konceptualnim znanjem internet marketinga. Sadašnji razvoj bio bi dragocen dodatak istraživačima i akademicima i korisna teorija za praktičare, oglašivače i preduzetnike. Neki od nedostataka e-marketinga su pouzdanost tehnologije, sigurnost, pitanja privatnosti, troškovi održavanja zbog konstantno evoluirajućeg okruženja, veća transparentnost cena i sve veća cenovna konkurencija i svetska konkurencija kroz globalizaciju. Sigurnost više neće biti problem jer softverske kompanije, banke i institucije sa kreditnim karticama rade zajedno na poboljšanju bezbednosti na internetu. Kompanije se moraju zaštititi u tri oblasti: integritet podataka, poverljivost podataka i autentičnost. Kupci će potražiti posao na internetu s obzirom da postoje jedinstvene mogućnosti za marketing usluge kompanije, prodaju proizvoda i prikupljanje informacija na internetu. Sa brzim razvojem interneta, e-trgovina će imati važnu ulogu u 21. veku, nove mogućnosti koje će biti otvorene i koje će biti dostupne velikim korporacijama i malim kompanijama. Ovo je nova era inovacija, gde će svi komunicirati na internetu.

Sprovedeno istraživanje je imalo je za cilj da utvrdi u kojoj meri je značajan marketing miks u elektronskoj trgovini u odnosu na pol, uzrast, obrazovni nivo i status korisnika.

Sprovedenim istraživanjem pokušano je da se utvrdi značaj marketing miksa u elektronskoj trgovini. Rezultati istraživanja ukazuju da je značajnost marketing miksa korektna, ali da bi svakako mogla biti bolja. Osnovna istraživačka hipoteza se ne odbacuje.

Problem u ovoj oblasti odnosi se na nepostojanje većeg broja istraživanja koja se bave analizom značaja marketing miksa u elektronskoj trgovini, te shodno tome nismo imali odgovarajući broj nalaza s kojima bismo poredili dobijene rezultate. Nedostaci ovog istraživanja i ujedno smernice za buduća istraživanja odnose se na karakteristike uzorka. Pre svega, uzorak je neslučajni odnosno dobrovoljački, što doprinosi nesigurnosti prilikom generalizacije zaključaka. Ova nesigurnost proizilazi iz samog profila „dobrovoljca" koji je specifičan, što ugrožava reprezentativnost uzorka (grupa osoba višeg obrazovanja, veće socijabilnosti, aktivnost ženskog pola, nemogućnost kontrole razumevanja pitanja i popunjavanja u skladu sa stavovima).

Literatura

- Booms, B.H. & Bitner, M.J. (1981): "Marketing strategies and organization structures for service firms. Marketing of Services", *Conference Proceedings: American Marketing Association, Illinois*, pp. 47-51.
- Ćuzović S., i Sokolov-Mladenović S. (2009): "Unapređenje kvaliteta elektronske usluge u funkciji satisfakcije potrošača" , *Ekonomske teme,* 47(2), str. 43-58.
- Damnjanović R., M. Bešlin-Feruh, i Rajković A. (2020): "Marketing održivog razvoja i ekološki menadžment", *Održivi razvoj,* 2(2), str. 31-40.
- Eiglier, P. & Langeard, E. (1976) *Principes de politique marketing pour les enterprises de services.*Marseille: Universite d'Aix-Marselle, p. 26.
- Garabinović D. (2019): "Onlajn marketing promocija lokalnih turističkih organizacija - analiza stanja u Moravičkom upravnom okrugu", *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu* 7(1): 71-81.
- Jolović N. (2019): "Menadžment ljudskih resursa u funkciji sticanja konkurentske prednosti u bankarstvu", *Oditor,* 5(3), str. 65-78.
- Jolović I. (2020): "Analiza elemenata pakovanja proizvoda u kontekstu ponašanja potrošača pri kupovini", *Ekonomski izazovi,* 9(18), str. 1-25.
- Kalyanam, K. i McIntyre, Sh. (2002): "The E-Marketing Mix: A Contribution of the E-Tailing Wars". *Journal of the Academy of Marketing Science,* 30(4),pp. 487-499.
- Kotlyarov, I. D. (2012): "Trends in the Evolution of E-commerce". *Internet Marketing*, 4(70), pp. 252-258.
- Krstić D. i Vukasović D. (2018): "On-line finansijske transakcije u plaćanjima malih vrednosti", *Oditor,* 4(2), str. 39-47.
- Martin B. A. S., Van Durme J., Raulas M. and Merisavo, M. (2003): "E-mail Marketing: Exploratory Insights from Finland", *Journal of Advertising Research*, 43(3), pp. 293-300
- Mićović S., i Miletić J. (2019): "Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja", *Održivi razvoj*, 1(1), str. 43-51.
- Qin, Z. (2009): *Introduction to e-commerce.* Beijing: Tsinghua University Press, p.12.
- Rakić M., i Rakić B. (2019): "Tržišna moć digitalnih potrošača u povezanom svetu 24/7/365", *Megatrend revija* 16(2), str. 79-100.
- Stojanović, C. i Stanojević, P. (2017): "Ciljevi organizacionog sistema i IMS-a", *Akcionarstvo*, 23(1), str. 5-18

Radan Kostić
Aleksandar Savić
Milan Mihajlović

UDC 004.738.5:658.8
004.738.5:339

DOI: 10.5937/MegRev2201293K
Review scientific article
Received 10.03.2021.
Approved 22.03.2021.

ANALYSIS OF THE SIGNIFICANCE OF THE MARKETING MIX IN E-COMMERCE

Summary: *Internet marketing is a new philosophy and an interesting topic especially for researchers in the field of marketing. It is a new way of marketing a product / service globally in a target market around the world. This paper presents a new approach to understanding the role of the marketing mix in e-commerce. The importance of marketing in e-commerce is often accompanied by problems with the application of common marketing tools in a virtual environment. The paper identifies elements of the marketing mix in e-commerce in line with the trend of e-commerce and Internet technology. The aim of this paper is to point out the role of marketing mix in e-commerce by applying the 7P model that enables the structuring of changes in terms of trade and information services of online stores.*

Keywords: *e-commerce, marketing mix, internet marketing, 7P.*

SPISAK RECENZENATA / LIST OF REVIEWERS

Prof. dr BABIĆ Blagoje – Srbija
Prof. dr BALTEZAREVIĆ Vesna – Srbija
Prof. dr BALTEZAREVIĆ Radoslav – Srbija
Prof. dr BAZIĆ Miljojko – Srbija
Dr BOGIĆEVIĆ Jasmina, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr BOŠKOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr BOŽOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr CVETKOVSKI Tatjana – Srbija
Prof. dr CVIJANOVIĆ Drago – Srbija
Prof. dr CVIJANOVIĆ Janko – Srbija
Prof. dr ĆALOVIĆ Dragan
Prof. dr DAMJANOVIĆ Mijat – Srbija
Prof. dr DAVIDOV Vladimir – Rusija
Prof. dr DE MONSERAT LJAJRO Marija – Argentina
Prof. dr DUGALIĆ Veroljub – Srbija
Prof. dr ĐURĐEVIĆ Dragan – Srbija
Prof. dr ĐORĐIĆ Dejana – Srbija
Doc. dr ĐURIĆ Zlata – Srbija
Prof. dr ETINSKI Rodoljub – Srbija
Doc. dr GAVRILOVIĆ Ana – Srbija
Prof. dr GRBIĆ Vladimir – Srbija
Prof. dr GRUJIĆ Biljana – Srbija
Prof. dr ILIĆ Radan – Srbija
Prof. dr ISAKOVIĆ Smiljka – Srbija
Prof. dr IVANOVIĆ M. Olja – Srbija
Prof. dr JAKŠIĆ Dejan – Srbija
Prof. dr JEROTIJEVIĆ Zoran – Srbija
Prof. dr JOVANOVIĆ Tomislav – Srbija
Doc. dr JOVIČIĆ Aleksandar – Srbija
Doc. dr JOVIĆ Vojislav – Srbija
Akademik KAMBOVSKI Vlado – Makedonija
Prof. dr KOMARISOV Vladimir S. – Rusija
Prof. dr KOVAČ Oskar – Srbija
Dr LABOVIĆ Dragana, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr LAĐEVAC Ivona – Srbija
Prof. dr LAKIĆ Danijela – Srbija
Dr LANGOVIĆ Zlatko, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr LANGOVIĆ-MILIĆEVIĆ Ana – Srbija
Msc LAZAREVIĆ Aleksandra – Srbija

Prof. dr LAZAREVIĆ Žarko – Slovenija
Prof. dr LENGHARTOVA Jana – Slovačka
Prof. dr LESAKOVA Dagmar – Slovačka
Prof. dr LJUBOJEVIĆ Ratko – Srbija
Dr LJUMOVIĆ Isidora, viši naučni saradnik – Srbija
Doc. dr MANDARIĆ Marija – Srbija
Prof. dr MARINKOVIĆ Darko – Srbija
Prof. dr MILANOVIĆ R. Milan – Srbija
Dr MILIĆEVIĆ Snežana, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr MILISAVLJEVIĆ Momčilo – Srbija
Prof. dr MILIVOJEVIĆ Tatjana – Srbija
Prof. dr MILOVANOVIĆ Goran – Srbija
Prof. dr MILJKOVIĆ D. Strahinja – Srbija
Prof. dr MILJKOVIĆ Dejan – Srbija
Doc. dr MITROVIĆ Ranka – Srbija
Prof. dr NIKODIJEVIĆ Dragan – Srbija
Doc. dr NIKOLIĆ Marija – Srbija
Doc. dr NOVAKOVIĆ Dragana – Srbija
Prof. dr NOVAKOVIĆ Ivan – Srbija
Akademik OCIĆ Časlav – Srbija
Prof. dr OZGERCIN Kevin V. – SAD
Prof. dr PAP Norbert – Mađarska
Prof. dr PARK Sung-Đo – Nemačka
Prof. dr PAUNKOVIĆ Džejn – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Milivoje – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Radica – Srbija
Prof. dr PAVLOVIĆ Vladan – Srbija
Prof. dr PERIŠIĆ Saša – Srbija
Doc. dr PETROVIĆ Daliborka – Srbija
Prof. dr PETROVIĆ Marko – Srbija
Prof. dr PETROVIĆ Zdravko- Srbija
Doc. dr POPOV Dejan – Srbija
Prof. dr POPOVIĆ Blaženka – Srbija
Prof. dr PRVULOVIĆ Vladimir – Srbija
Dr RABRENOVIĆ Mihajlo, vanredni profesor –Srbija
Dr RADIČEVIĆ-DRAGIĆEVIĆ Tatjana, vanredni profesor –Srbija
Prof. dr RADOSAVLJEVIĆ Ivan – Srbija
Doc. dr RADOŠEVIĆ Igor – Srbija
Doc. dr RADOVIĆ-STOJANOVIĆ Jelena – Srbija
Prof. dr RAKAS Smilja – Srbija
Prof. dr RAKIĆ Beba – Srbija
Prof. dr RAKIĆ Mira – Srbija

Prof. dr RISTANOVIĆ Vladimir – Srbija
Prof. dr RISTIĆ Lela– Srbija
Prof. dr RIZNIĆ Dejan – Srbija
Prof. dr SALVATORE Dominik – Italija
Prof. dr SIMIĆ Nataša, vanredni profesor – Srbija
Prof. dr STEFANOVIĆ Vidoje – Srbija
Prof. dr STEVANOVIĆ Tatjana – Srbija
Prof. dr STOJANOVIĆ Biljana – Srbija
Prof. dr STOJANOVIĆ Vladica – Srbija
Prof. dr ŠANARON Žan Žak – Francuska
Prof. dr ŠARIĆ Branko – Srbija
Prof. dr ŠKULIĆ Milan – Srbija
Prof. dr TANČIĆ Dragan – Srbija
Prof. dr TERZIĆ Aleksandra – Srbija
Prof. dr TODIĆ Dragoljub – Srbija
Prof. dr VELJOVIĆ Alempije – Srbija
Prof. dr VITOMIR Jelena – Srbija
Prof. dr VESELINOVIĆ Petar – Srbija
Prof. dr VUJIČIĆ Milan – Srbija
Prof. dr VUKONJANSKI-BOKINČOV Igor – Srbija
Prof. dr VUKOVIĆ Darko – Srbija
Prof. dr VUKSANOVIĆ Emilija – Srbija
Dr ŽUNIĆ Dragiša, vanredni profesor – Srbija

OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU I UPUTSTVO ZA AUTORE

I. OSNOVNE INFORMACIJE O ČASOPISU

1. Opšte. – „Megatrend revija" je naučno glasilo Megatrend univerziteta (Megatrend University).

Časopis je, prema klasifikaciji CEON visoko pozicioniran kao vodeći nacionalni naučni časopis u Republici Srbiji (M51) i prema klasifikaciji Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije (M52).

„Megatrend revija" izlazi od 2004. godine, na srpskom i engleskom jeziku. Otvorena je za sve kvalitetne radove i autore iz čitavog sveta. Ima međunarodnu redakciju i međunarodni izdavački savet. Putem razmene i na druge načine, stiže do čitalaca i van granica Srbije.

Časopis „Megatrend revija" je interdisciplinarni časopis iz oblasti društvenih nauka, u kojem se objavljuju radovi iz sledećih tematskih oblasti:

- Ekonomija
- Pravo
- Politika i bezbednost
- Menadžment i marketing
- Međunarodni odnosi
- Javne politike
- Informaciono društvo

2. Recenzije. - Svaki rad se recenzira od strane dva recenzenta. Radovi su podložni proveri na plagijat.

Rad koji dobije pozitivnu recenziju oba recenzenta objavljuje se u skladu sa standardnom kategorizacijom radova u naučnim časopisima kao: originalni naučni rad, pregledni naučni članak, stručni članak, saopštenje ili osvrt, prikaz knjige i prevod.

O kategorizaciji rada odlučuju recenzenti i glavni urednik, s tim da se u slučaju sumnje prihvata rešenje koje je povoljnije za autora (ako je jedan recenzent kategorisao rad na jedan, a drugi recenzent na drugi način, prihvatiće se viša kategorizacija).

U slučaju da jedan recenzent predloži da se rad objavi, a drugi da se ne objavi, rad se daje na recenziju trećem recenzentu i njegova odluka je konačna.

3. Anonimnost autora i recenzenata. - Redakcija se strogo drži pravila o međusobnoj anonimnosti autora i recenzenata. Drugim rečima, recenzenti ne znaju ko je i odakle je autor rada, kao što ni autor ne zna imena recenzenata. Pored ostalog, autor koji nije zadovoljan načinom na koji su recenzenti vrednovali njegov rad, ima pravo da dobije na uvid recenzije, ali bez imena recenzenata.

II. ORIGINALNOST RADA I BORBA PROTIV PLAGIJATA

Molimo autore da imaju u vidu sledeće.

1. Pisana potvrda o tome da je rad originalan. - Prilikom dostavljanja rukopisa autor je dužan da u pisanom obliku potvrdi da je njegov rad originalan, tj. da već nije negde drugde objavljen. Radovi koji budu poslati bez pisane potvrde autora o tome da je reč o originalnom delu, neće biti uzimani u obzir.

2. Rad koji je već negde prethodno objavljen. - Ako iz nekog razloga kandiduje rad koji je već negde objavljen (u inostranstvu, na stranom jeziku), autor je dužan da precizno navede gde je rad objavljen (u kom časopisu, kom broju, na kojim stranama) i da priloži pisanu saglasnost redakcije časopisa u kome je rad prvobitno objavljen. Ukoliko su ispunjeni ovi uslovi, a Redakcija „Megatrend revije" (dalje: „Revija") zaključi da je rad iz nekog razloga posebno interesantan i da ga treba objaviti, rad će biti objavljen, s tim što će biti naznačeno gde je prvi put objavljen i da se štampa uz odobrenje.

Ukoliko je, međutim, rad već negde objavljen, a predat je za objavljivanje u „Reviji" bez informacije o tome, rad neće biti objavljen. Uz to, kao sankcija za nekorektan odnos, u prvom narednom broju „Revije" u posebnoj rubrici biće objavljena informacija o tome da je odnosni autor na nekorektan način pokušao da ponovo objavi isti rad. Takođe, radovi istog autora neće se ubuduće objavljivati u „Reviji"

3. Plagijat. - U slučaju da redakcija „Revije" sama ili posredstvom recenzenata otkrije da je rad koji je predat za objavljivanje plagijat, u prvom narednom broju „Revije" u posebnoj rubrici biće objavljena informacija o tome da je odnosni autor predao rad koji je plagijat, i biće navedeno originalno delo iz kog je plagijat uzet. Takođe, radovi istog autora neće se ubuduće objavljivati u „Reviji". Po potrebi, biće obavešteni autor čiji je rad prepisan odn. redakcija časopisa u kome je objavljen originalni rad.

III. UPUTSTVO ZA AUTORE

Radove treba pripremiti u skladu sa sledećim uputstvom:

1. Rukopis

Rukopis se predaje u elektronskom obliku (MS Word). Predviđeni format stranice je A4, font Times New Roman (veličina 12 pt za tekst, uključujući i apstrakt, bez proreda. Radovi na srpskom jeziku se dostavljaju u srpskoj latinici. Rad se šalje na e-mail adresu: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

Uz rad se obavezno dostavlja i pisana izjava autora o tome da je rad originalno delo (potpisana i skenirana izjava).

Uslov da rad uđe u proceduru recenziranja jeste da u potpunosti zadovoljava tehničke kriterijume koji su propisani ovim uputstvom. Rad mora biti lektorisan, tj. mora da zadovoljava jezičke i pravopisne standarde srpskog odnosno engleskog jezika.

2. Broj autora

Prednost imaju članci koje je napisao samo jedan autor (autor pojedinac), ali redakcija sprovodi aktuelne propise (*Pravilnik o postupku i načinu vrednovanja, i kvantitativnom iskazivanju naučnoistraživačkih rezultata istraživača*, Službeni glasnik RS br. 24/2016 i 21/2017), po kojima se rad prihvata ako nema više od tri koautora.

3. Jezik

Tekst se predaje na srpskom ili engleskom jeziku. Ako bude prihvaćen, biće objavljen na jeziku na kome je predat.

Izuzetno, redakcija ima pravo da zbog posebno opravdanih razloga odluči da se tekst koji je predat na srpskom prevede i objavi na engleskom jeziku, ili obrnuto.

4. Obim

Članak treba da ima približno 30.000 slovnih znakova, računajući i beline (1 autorski tabak). On može da bude i nešto kraći odn. nešto duži, s tim da broj slovnih znakova sa belinama ne bude manji od 20.000 niti veći od 45.000.

Iz naročito opravdanih razloga (poseban društveni značaj teme, koautorstvo nekoliko međunarodno priznatih naučnika i sl.), redakcija izuzetno može dozvoliti i objavljivanje članka većeg obima, ali ne većeg od 2,5 autorska tabaka (75.000 slovnih znakova).

5. Tabele i formule

Tabele praviti isključivo alatom za tabele u programu MS Word. Tabele moraju da imaju naslove i biti numerisane arapskim ciframa.

Formule raditi uz pomoć editora formula u programu MS Word.

6. Grafički prilozi i fotografije

Grafički prilozi mogu se predati nacrtani na papiru ili u elektronskom obliku. Kada se crteži predaju u elektronskom obliku, to treba da je u nekom od sledećih formata: EPS, AI, CDR, TIF ili JPG. Ako autor ne zna ili koristi neki specifičan program, potrebno je da se dogovori o formatu zapisa sa tehničkim urednikom. **Ne treba crtati crteže u programu MS Word!**

Fotografije moraju biti jasne, kontrastne i neoštećene. Autoru se ne preporučuje da slike skenira sam, već da taj osetljivi posao prepusti redakciji.

Ako u verziju na papiru nisu uključeni crteži i fotografije, moraju se jasno obeležiti mesta gde treba da se nalaze. Oznake u tekstu moraju se poklapati sa onima na priloženim slikama (ili fajlovima).

Crteži i fotografije moraju da imaju potpise i da budu numerisani arapskim ciframa.

7. Organizacija rukopisa

Članak mora da sadrži sledeće elemente i to ovim redom:

1. Podatke o autoru. - Ime i prezime, zvanje (titula) autora, naziv institucije u kojoj je autor zaposlen (afilijacija); obavezno navesti e-mail adresu autora.

2. Naslov rada. - Naslov treba da je jasan i precizan.

3. Sažetak (apstrakt). - To je kratak informativni prikaz sadržaja članka, koji sadrži cilj istraživanja, metode, rezultate i zaključak. Treba da je na istom jeziku na kome je napisan i sam rad. U pogledu obima, treba da ima od 100 do 250 reči odn. 4 do 8 rečenica ili od jedne trećine do polovine štampane strane i da stoji između naslova rada i ključnih reči, nakon kojih sledi tekst članka.

4. Ključne reči. – Predstavljaju termine ili fraze koji najbolje opisuju sadržaj članka. Dozvoljeno je navesti do pet reči odn. fraza.

5. Tekst članka. - Centralni deo predstavlja tekst članka u kojem autor uz upotrebu odgovarajuće aparature obrađuje određeni naučni problem.

6. Popis korišćene literature. - Posle teksta članka, daje se popis korišćene literature i to abecednim redom po prezimenima autora.

Popis se daje prema Uputstvu za citiranje, s tim da se godina izdanja stavlja odmah iza imena autora odn. urednika. Na kraju navođenja članka ili rada u zborniku navode se stranice na kojima se nalazi citirani rad.

Primeri:

- Knjiga: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London
- Poglavlje u knjizi više autora: Buchanan Allen (2010): "The Legitimacy of International Law", 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law,* Oxford
- Članak: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502-521

Radovi istog autora navode se hronološkim redom, a ako se navodi više radova istog autora objavljenih u istoj godini, uz godinu izdanja dodaju slova "a", "b", "c" itd.

Primeri:

- Cassese Antonio (1999a): "*Ex iniuria ius oritur.* Are We Mowing towards International Legitimation of Forcible Humanitarian Countermeasures in the World Community?", *European Journal of International Law*, 1/1999, 23-30

- Cassese Antonio (1999b): "A Follow-Up: Forcible Humanitarian Countermeasures and Opinio Necessitatis", *European Journal of International Law*, 4/1999, 791-799

7. Rezime (Summary). - Na samom kraju daje se rezime tj. sažetak rada, koji može biti isti kao i sažetak (apstrakt), ali može biti i nešto većeg obima, ali ne više od 1 strane. Ako je rad pisan na srpskom jeziku, obavezno se dostavlja rezime na engleskom jeziku.

8. Nivoi naslova. - Zavisno od konkretnog teksta naslovi imaju različite nivoe, s tim da se koristi sledeći metod:

1. Prvi nivo naslova

(sredina, regular, bold, arapski brojevi)

1.1. Drugi nivo naslova
(sredina, italik, arapski brojevi)

1.1.1. Treći nivo naslova
(iznad početka pasusa, italik, arapski brojevi)

Za slučaj da ipak nešto nije jasno, autorima se savetuje da pogledaju prethodne brojeve „Megatrend revije" ili da se obrate direktno sekretaru ili tehničkom uredniku časopisa.

Redakcija zadržava pravo da, u zavisnosti od specifičnosti teksta, a u cilju njegove bolje preglednosti, uredi naslove na nešto drugačiji način, ostajući u osnovnim okvirima izložene deobe naslova.

9. Citiranje. - Korišćenu literaturu citirati prema niže izloženom uputstvu za citiranje.

10. Adresa redakcije. - Radovi se šalju u elektronskoj formi na sledeću e-mail adresu: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

Redakcija „Megatrend revije / Megatrend Review"
Megatrend univerzitet
Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Beograd

Telefon redakcije: 011/220 31 50.

IV. UPUTSTVO ZA CITIRANJE

1. Opšta pravila

1. Ime autora. - Navodi se prvo prezime, pa ime autora. Ako postoji srednje slovo, ono se navodi između prezimena i imena.

Primer: Shaw N. Malcolm

2. Više autora. - Ako postoji više autora rada, razdvajaju se zapetama.

Primer: Simma Bruno, Alston Philip

Ako je više od 3 autora rada, navodi se prezime i ime samo prvog autora i dodaje se kurzivom (italikom) et al. (od *et alia*).

Primer: Henkin Louis *et. al. (1993)*: *International Law: cases and Materials*, St. Paul. Minn.

3. Strane. - Kada se navodi određena strana (knjige, članka), ona se navodi samo brojem bez ikakvih dodataka (s., str., p., pp., стр., S., i sl.).

Primer: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9.

4. Fusnote. - Kada se navodi fusnota, iza broja strane piše se skraćenica „fn" i onda navodi broj citirane fusnote.

Primer: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law*, London, 9, fn 2.

5. Ponovno citiranje istog rada. - Kada se rad koji je već citiran ponovo navodi, to se vrši tako što se navodi prezime i ime autora, pa iza toga, razdvojeno zapetom, stranica koja se citira. Sve bez korišćenja op. cit., nav. delo i slično.

Primer: Akehurst Michael, 15.

Ako je navedeno nekoliko radova istog autora, navodi se prezime i ime autora, u zagradi godina u kojoj je odnosni rad objavljen i strana.

Primer: Akehurst Michael (1984), 15.

Ako je navedeno nekoliko radova istog autora objavljenih u istoj godini, radovi se u spisku korišćene literature (koji se obavezno daje na kraju rada) iza godine publikovanja dopunski obeležavaju latiničnim slovima „a", „b", „c" itd. i tako navode kod citiranja u fusnotama.

Primer: Akehurst Michael (1984a), 15.

6. Ponovno citiranje prethodno citiranog rada. - Ako se citira podatak sa iste strane istog dela koje je citirano u prethodnoj fusnoti, koristi se samo latinična skraćenica Ibid. (od ibidem), bez navođenja bilo kakvih drugih podataka.

Primer: Ibid.

Ako se citira podatak iz dela koje je citirano u prethodnoj fusnoti, ali sa različite strane, navodi se Ibid, a zatim zapeta i broj strane.

Primer: Ibid, 54.

7. Strana imena. - U radovima koji se predaju na srpskom jeziku, strana imena se transkribuju na srpski jezik, kako se izgovaraju, a prilikom prvog pominjanja u tekstu njihovo ime i prezime navode se u zagradi u izvornom obliku.

Primer: Tomas Hobs (Thomas Hobbes)

2. Knjige

1. Opšte. - Knjige se navode na sledeći način: 1) prezime autora, 2) njegovo ime, 3) godina izdanja (u zagradi), 4) dve tačke, 5) naziv knjige kurzivom (italikom), 6) mesto izdanja kurentom (obično), 7) strana (bez ikakvih dodataka), 8) fusnota koja se citira.

Ako se navodi i izdavač, piše se kurentom (obično) pre mesta izdanja.

Primer: Scott V. Shirley (2010): *International Law in World Politics,* Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder – London, 71, fn 45.

2. Više izdanja. - Ako knjiga ima više izdanja može se (ne mora) navesti broj izdanja u superskriptu.

Primer: Scott V. Shirley (2010[2]): *International Law in World Politics*, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder - London (objašnjenje: 2010[2] - drugo izdanje, objavljeno 2010)

3. Urednici. - Ako knjiga ima jednog ili više urednika, prvo se navode prezimena i imena urednika, razdvojena zapetama, zatim naznaka „(ur.)“ odnosno „ed.“ ili (ako ih je više) „eds.“, pa godina izdanja u zagradi, dvotačka, naziv knjige kurzivom (italikom), i mesto.

Primer: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.) (2010): *The Philosophy of International Law,* Oxford.

Ako je broj urednika veći od tri, navode se podaci samo za prvog urednika, zatim se posle zapete navodi „et al.“ i posle toga se navodi „ur.“.

Primer: Hamilton P. *et al.* (eds.) (1999): *The Permanent Court of Arbitration: International Arbitration and Dispute Resolution*, Kluwer International, The Hague-London-Boston.

4. Poglavlje u knjizi. - Poglavlje u knjizi koja ima urednika navodi se tako što se: 1) navode prezime i ime autora, 2) godina izdanja u zagradi, 3) dve tačke, 4) naziv poglavlja kurentom (pod navodnicama), 5) zapeta, 6) brojevi strana koje se citiraju, 7) „u“ odn. „in“, 8) prezime i ime urednika, 9) „(ur.)“ odn. „(eds.)“, 10) naziv knjige u kojoj je citirano delo, kurzivom (italikom) i 11) mesto izdanja.

Primer: Buchanan Allen (2010): “The Legitimacy of International Law”, 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law*, Oxford.

3. Članci

1. Opšte. - Članci se navode na sledeći način: 1) prezime autora, 2) ime autora, 3) godina izdanja, 4) dve tačke, 5) naziv članka kurentom (obično) pod navodnicama, 6) naziv časopisa (zbornika i sl.) kurzivom (italikom), 7) broj i godište spojeni kosom crtom, 8) broj strane (bez ikakvih dodataka), 9) broj citirane fusnote.

Primer: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502, fn 1.

2. Skraćenica naziva časopisa. - Ako je naziv časopisa (zbornika i sl.) dug, prilikom prvog citiranja u zagradi sa navodi skraćenica pod kojom će se časopis (zbornik i sl.) nadalje pojavljivati.

Primer: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* (*AJIL*) 3/1971, 502-521.

4. Propisi

1. Opšte. - Propisi se navode na sledeći način: 1) naziv propisa se navodi u kurentu (obično), 2) kurzivom (italikom) navodi se glasilo u kojem je propis objavljen, 3) na kraju se navodi broj i godina glasila u kojem je propis objavljen.

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

2. Ponovno pominjanje propisa. - Ako se propis pominje kasnije, prilikom njegovog prvog pominjanja navodi se u zagradi njegov skraćeni naziv, s tim da se ispred skraćenog naziva stavlja objašnjenje „u daljem tekstu".

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije (u daljem tekstu: Zakon o službama bezbednosti), *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

3. Izmene i dopune. - Ako je propis naknadno menjan i dopunjavan, navode se jedan za drugim brojevi i godine glasila u kojima su objavljeni izvorni tekst odn. izmene i dopune.

Primer: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007, 72/2012.

4. Članovi, stavovi i tačke propisa. - Članovi, stavovi, tačke (alineje) itd. propisa navode se kroz kosu crtu, tako što se prvo navodi broj člana, zatim stava, pa alineje itd.

Primer: Konvencija UN o pravu mora (1982) čl. 1/1/5/a/i.

5. Tekstovi sa interneta

Citiranje tekstova sa interneta treba da sadrži: 1) ime autora citiranog teksta (ako je reč o autorskom tekstu), 2) naziv citiranog teksta pod navodnicima, 3) podatke o tome gde je tekst objavljen (ako je objavljen u papirnoj verziji), 4) internet stranicu, 5) datum pristupa stranici.

Primer: Bradley A. Curtis, Gulati Mitu: "Withdrawing from International Custom", *The Yale Law Journal* 2/2010, 233-241, http://yalelawjournal.org/images/pdfs/912.pdf (18.11.2012).

GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL AND THE INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

I. GENERAL INFORMATION ON THE JOURNAL

1. General. – "Megatrend Review" is the scientific journal published by Megatrend University (Megatrend univerzitet).

According to the classification of CEON the journal is highly ranked amongst the leading national scientific journals in Serbia (M51) and by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia (M52).

"Megatrend Review" journal has been published since 2004 in Serbian and English language. It is open to all high-quality papers and authors from around the world. It has an international Editorial Board and international Publishing Council. Trough international exchange it reaches readers beyond the borders of Serbia.

"Megatrend Review" journal is a multidisciplinary journal in the fields of social sciences. Papers on following scientific fields are published:

- Economics
- Law
- Politics and Security
- Management and Marketing
- International Relations
- Public Policies
- Information Society

2. Reviews. – Each paper is reviewed by two reviewers. Paper that has received two positive reviews will be published according to standard categorization of the scientific journals: original scientific paper, review scientific article, expert article, preliminary report or overview, translation and book review.

The categorization of the paper is determined by the reviewers and Editor in chief. If there is any doubt regarding the categorisation, the given higher category will be applied.

In case that one of the reviewers suggests that the paper should be published and the other that it should not, the paper is going to be given to the third reviewer whose decision is final.

3. Anonymity of the authors and reviewers. – Editorial of the "Megatrend review" journal abides by the rule on mutual anonymity between authors and reviewers. Further, if the author is not satisfied with the reviews of the paper, he / she, has the right to receive the reviews.

II. PAPER ORIGINALITY AND FIGHTING AGAINS PLAGIARISM

We kindly ask the authors to take into consideration the following:

1. Written confirmation that the work is original. - When submitting a manuscript the author is required to confirm in writing that his/her paper is original and that it has not been published elsewhere. The paper that is sent without this written confirmation by the author, will not be accepted.

2. The paper that has previously been published elsewhere. - If for any reason the author submits the paper that has already been published elsewhere (abroad, in a foreign language), he/she is obliged to specify where the paper was published (the journal, issue and number, the number of pages) and enclose the written consent of the editorial board of the journal in which the paper was originally published. If these requirements are met, and editors conclude that the paper is for some reason of particular interest and should therefore be published, it will be published with indication where it was published first and that it is republished in "Megatrend Review" with permission.

However, if the paper has already been published elsewhere, and also submitted for publication in "Megatrend Review" with no information about previous publication, the paper will not be published. In addition, as a sanction for unfairness, in the next issue of "Megatrend Review" the information that a particular author has unfairly tried to re-publish the same paper will be published in a special section. Apart from that, the papers by the same author will not be published in "Megatrend Review" in the future.

3. Plagiarism. - Should the editors of "Megatrend Review" journal or through reviewers discover that the paper submitted for publication is plagiarism, in a special section of its next issue the information that a particular author has plagiarized a paper will be published, and the original paper from which the plagiarism is taken will be cited. In addition, the papers by the same author will not be published in "Megatrend Review" in the future. If necessary, the author whose paper has been copied or the editorial board of the journal that has published the original paper will be notified.

III. INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

The papers are to be prepared in accordance with the following instructions:

1. The Manuscript

The manuscript is submitted in electronic form (MS Word). Page size: A4, font Times New Roman (size 12 pt for text including abstract, line spacing: single. The

papers written in Serbian language are submitted in Serbian Latin script. The papers are submitted to the following e-mail address: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

The paper should be accompanied by the written Author's Statement of originality signed by the author (written, signed and scanned).

Precondition for the paper to be accepted for the reviewing procedure is that it fully satisfies technical criteria according to the instructions given here. Also, the paper must meet the criteria regarding the language (Serbian and English) and spelling. The paper has to be proofread before submission

2. Number of authors

As a rule, papers written only by one author are preferable for publication (an author as an individual). However, if consider justified, according to current Rules of Procedure, the Method of Evaluation and Quantitative Expression of Scientific Research Results of the Researchers (*Pravilnik o postupku, načinu vrednovanja i kvantitativnom iskazivanju naučnoistraživačkih rezultata istraživača*, Službeni glasnik RS no. 24/2016 and 21/2017), editors can decide to publish papers written by co-authors, but not more than three.

3. Language

The text is submitted in Serbian or English language. If accepted, it will be published in the language in which it was submitted.

Exceptionally, the editors will decide that the text submitted in Serbian language is to be translated and published in English, or vice versa.

4. Volume

The paper should approximately have 30.000 characters, including spaces (one author's sheet). Alternatively, it could be shorter or longer, the number of characters with spaces not being smaller than 20,000 nor bigger than 45,000.

Due to particularly justified reasons (the special social importance of the topic, the co-authorship of a number of internationally recognized scientists, etc.) the editorial board could exceptionally allow the publication of an article of a larger volume, but not larger than 2.5 author's sheets (75,000 characters).

5. Tables and Formulae

The tables should only be made by means of table tools in MS Word. The tables must have titles and be numbered in Arabic numerals.

The formulae should be written by means of the equation editor in MS Word.

6. Graphs, Figures and Photographs

Graphs and figures can be submitted drawn on paper or in electronic form. When the graphs and figures are submitted in electronic form, they should be in one of the following formats: EPS, AI, EPS, TIF or JPG. If the author uses these or uses a specific program, it is necessary to agree on the format with the technical editor. **Graphs and figures should not be made in MS Word!**

Photographs must be sharp, in good contrast and undamaged. The authors are not advised to scan the images themselves, but to leave this sensitive job to the editorial office.

If the version on the paper does not include graphs, figures and photographs, the spaces must be clearly marked where they should be inserted. The markings in the text must match the ones in the submitted photos (or files).

Graphs, figures and photographs must have the signatures and be numbered in Arabic numerals.

7. Organization of manuscript

The article must contain the following elements, in the following order:

1 Information about the author – Name and surname, title of the author, name of the institution where the author is employed (affiliation) and the author's e-mail address.

2. Title of the paper. – The title should be clear and precise.

3. Abstract. – This is a brief presentation of the article content, which contains the research goal, methods, results, and main conclusions. It should be in the same language in which the paper was written. In terms of volume, it should contain 100 to 250 words or 4 to 8 sentences, or a third to half of the printed page. It stands between the title and keywords, after which the text of the article follows.

4. Key words. – The terms or phrases which best describe the content of the article. It is allowed to write up to five words, i.e. phrases.

5. Text of the article. – The central part is the text of the article in which the author uses appropriate tools while processing the writing of a scientific paper.

6. List of used literature. – After the text of the article, the list of used literature is specified in alphabetical order by authors' last name.

The list is given according to the Citation instructions, with the year of publication coming right after the author's, i.e. editor's name. At the end of the information on an article or a paper in the collection of papers, the pages of the cited paper are given.

Examples:

- *A book:* Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law,* London

- *A chapter in the book by several authors:* Buchanan Allen (2010): "The Legitimacy of International Law", 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law,* Oxford

- *A paper:* Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502-521

The papers by the same author are specified in chronological order. If several papers have been written by the same author and published in the same year, the year of publication is accompanied by the letters "a", "b", "c" etc.

Examples:

- Cassese Antonio (1999a): "Ex iniuriaiusoritur. Are We Mowing towards International Legitimation of Forcible Humanitarian Countermeasures in the World Community?",*European Journal of International Law,* 1/1999, 23-30

- Cassese Antonio (1999b): "A Follow-Up: Forcible Humanitarian Countermeasures and OpinioNecessitatis", *European Journal of International Law,* 4/1999, 791-799

7. Summary. – Summary is written at the very end of the text i.e. It can be the same as the abstract, but could also be wider in extent, yet no longer than one page. If the paper is written in Serbian language, the summary in English language should also be submitted.

8. The levels of the titles. - Depending on the text, the titles can have different levels. Therefore the following method is used for marking different title levels:

1. The First Level Title
(centre align, regular, bold, Arabic numerals)

1.1 The second level title
(centre align, italic, Arabic numerals)

1.1.1. The third level title
(Above the beginning of the paragraph, italic, Arabic numerals.)

To achieve complete clarity about the title levels, authors are advised to refer to the past issues of "Megatrend Review" journal available in PDF forms, under Archive, or contact the Editorial secretary via e-mail.

Depending on the specific characteristics of the text, and with the aim of achieving clarity of the paper's structure, the editorial office reserves the right to edit the titles in a slightly different way, leaving the original heading divisions.

9. Citations. – The used literature is to be cited according to the instructions for citations given below.

10. The address of the Editorial Board. – The papers are submitted via e-mail to the following address: **megatrendrevija@megatrend.edu.rs**

Editorial Board
Megatrend Review
Megatrend University / Megatrend univerzitet
Bulevar maršala Tolbuhina 8
11070 Belgrade, Serbia
Telephone: + 381 11 220-31-50

IV. INSTRUCTIONS FOR CITATIONS

1. General rules

1. Name of the author. - In writing author's name, surname is written before the first name. If there is the middle name/letter, it is written between surname and the first name.

Example: Shaw N. Malcolm

2. Several authors. – Names of the several authors are separated by commas.

Example: Simma Bruno, Alston Philip

If there are more than three authors, only the first author's surname and first name are specified, followed by the italicized et al. words (et alia).

Example: Henkin Louis *et. al.* (1993): International Law: *Cases and Materials,* St. Paul. Minn.

3. Pages. – When a particular page is specified (of the book or the paper), it s number is written without any additions (p., pg., p., page, etc.).

Example: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law,* London, 9.

4. Footnotes. – When a footnote is given, after the number of the page, the sign "fn" is written, followed by the number of the footnote.

Example: Akehurst Michael (1984): *A Modern Introduction to International Law,* London, 9, fn 2.

5. The repeated citation of the same article. – When an article that has been cited before is recited, the author's surname and first name are specified, followed by the cited page, separated by a comma, without using *op. cit.* etc.

Example: Akehurst Michael, 15.

If several papers by the same author are specified, the author's surname and first name are stated, followed by the brackets with the year when the paper has been published and followed by the number of the page.

Example: Akehurst Michael (1984), 15.

When specifying several papers written by the same author, published in the same year, papers are specified in the literature list (which is always given at the end of the paper) by adding Latin letters "a", "b", "c", etc to each paper. They are also stated as such when cited in footnotes.

Example: Akehurst Michael (1984a), 15.

6. Recitation of the previously cited article. - If a piece of data from the same page of the same paper cited in the previous footnote is cited again, only the Latin abbreviation Ibid. (from *ibidem*) is used without giving any other data.

Example: Ibid.

If a piece of data cited in the previous footnote is cited again, but from a different page, the Latin abbreviation Ibid. is used, followed by a comma and the number of the page.

Example: Ibid, 54.

7. Foreign names. – In papers submitted in Serbian language, foreign names are transcribed, i.e. written as they are pronounced in Serbian, and when first mentioned in the text, the author's surname and first name are given in their original form within the brackets.

Example: Tomas Hobs (Thomas Hobbes)

2. Books

1. General. – The books are cited in the following way:

1) author's surname, 2) author's first name, 3) the year of publication in brackets, 4) colon, 5) title of the book in italics, 6) place of the publication in lowercase (ordinary letters), 7) number of the page (without any additions), 8) footnote which is being cited.

If the information on the publisher is given as well, it is written in lowercase (ordinary letters) before the place of the publication.

Example: Scott V. Shirley (2010): *International Law in World Politics,* Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder – London, 71, fn 45.

2. Several editions. – If a book has several editions the number of the edition need/need not be specified in the superscript.

Example: Scott V. Shirley (2010^2): *International Law in World Politics*, Lynne Rienner Publishers Inc., Boulder - London (explanation: 2010^2 - second edition, published 2010)

3. Editors. – If a book has one or more editors, the editors' surnames and first names are given first, separated by commas, then the sign "ed", or "eds" is

written if there are more of them, followed by the title of the book in italics, and finally the place and year of publication.

Example: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.) (2010): *The Philosophy of International Law,* Oxford.

If there are more than three editors, the data only for the first editor is given followed by a comma, then "et al.", and finally "ed.".

Example: Hamilton P. *et al.* (eds.) (1999): *The Permanent Court of Arbitration: International Arbitration and Dispute Resolution*, Kluwer International, The Hague-London-Boston.

4. Chapters in a book. – A chapter in a book with an editor is cited by giving the following: 1) authors surname and name, 2) year of publication in brackets, 3) colon, 4) title of the chapter in lowercase (under inverted commas), 5) comma 6) number of pages that are cited, 7) "in", 8) editor's surname and name, 9) "(eds.)", 10) title of the book in which the cited text is in lowercase (in italics) and 11) place of publication.

Example: Buchanan Allen (2010): "The Legitimacy of International Law", 79-96, in: Besson Samantha, Tasioulas John (eds.): *The Philosophy of International Law*, Oxford.

3. Articles

1. General. – The articles are cited in the following way: 1) author's surname, 2) author's name, 3) year of publication in brackets, 4) colon, 5) title of the article in lowercase in ordinary letters under inverted commas, 6) title of the journal (book of proceedings, etc.) in italics, 7) issue and year separated by a slash, 8) number of the page (without any additions), 9) number of the cited footnote.

Example: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* 3/1971, 502, fn 1.

2. The abbreviation of the journal title. – If the title of the journal (collection of papers etc.) is a long one, when cited for the first time its abbreviation is given in brackets, which is later used when the same journal (book of proceedings, etc.) is cited again.

Example: Osakwe Chris (1971): "Contemporary Soviet Doctrine on the Juridical Nature of Universal International Organizations", *American Journal of International Law* (*AJIL*) 3/1971, 502-521.

4. Regulations

1. General. – Regulations are cited in the following way: 1) title of the regulation is given in lowercase (in general letters), 2) journal/magazine in which the regulation is published is given in italics, 3) number of the issue and the year in which the journal is published are given at the end.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

2. If the regulations are re-mentioned. – If a regulation is mentioned again later in the text, at the place where it appears for the first time its short title is given within the brackets, with the words "hereinafter referred to as" preceding it.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije (u daljem tekstu: Zakon o službama bezbednosti), *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007.

3. Amendments. – If a regulation has been changed and amended, one by one, the numbers of issues and year of the journals are given in the original text, i.e. amendments were published.

Example: Zakon o osnovama uređenja službi bezbednosti Republike Srbije, *Službeni glasnik Republike Srbije*, 116/2007, 72/2012.

4. Articles, paragraphs and items of regulations. – Articles, paragraphs and items of regulations are written separated by a slash, the number of the article comes first, followed by the number of the paragraph, and finally that of the item, etc.

Example: UN Convention on the Law of the Sea (1982) čl. 1/1/5/a/i.

5. The Internet texts

The citation of the text from the Internet should contain: 1) name of the author of the cited text (if it is the author's text), 2) title of the cited text under inverted commas, 3) data on where the text was published (if it is published in a printed version), 4) internet page, 5) date of the access to the page.

Example: Bradley A. Curtis, Gulati Mitu: "Withdrawing from International Custom", *The Yale Law Journal* 2/2010, 233-241, http://yalelawjournal.org/images/pdfs/912.pdf (18.11.2012).

www.megatrend.edu.rs