

PANEVROPSKI UNIVERZITET

APEIRON
ΑΠΕΙΡΟΝ

za multidisciplinarno i virtuelne studije
Pan-European University for Multidiscipline & Virtual Studies

Banja Luka



www.edasol-au.com

EDASOL

*Economic Development and Standard
of Living*

7. Međunarodni naučni skup
o ekonomskom razvoju
i životnom standardu

*International scientific
conference on economic
development and standard
of living*

Clarivate
Analytics



27-28
oktobar 2017

October
27-28, 2017



INDEKSIRANJE RADOVA:

Clarivate Analytics, ESCI - Emerging Sources Citation Index, ip-science.thomsonreuters.com

KNJIGA APSTRAKATA
THE BOOK OF ABSTRACTS

VII Medunarodni naučni skup o ekonomskom razvoju i životnom standardu
“EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living”

7th International Scientific Conference on economic development and standard of living
“EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living”

KNJIGA APSTRAKATA

THE BOOK OF ABSTRACTS

UREDNICI/ EDITORS:
Prof. dr ZORKA Grandov
Prof. dr SANEL Jakupović

Banja Luka, October 27-28, 2017.

**VII Medunarodni naučni skup o ekonomskom razvoju i životnom standard
“EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living”**
**7th International Scientific Conference on economic development and standard of living
“EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living”**

THE BOOK OF ABSTRACTS

Urednici/Editors:

Prof. dr ZORKA Grandov
Prof. dr SANEL Jakupović

Izdavač/Published by:

Panevropski univerzitet "APEIRON"
Banja Luka, godina 2017.

Odgovorno lice izdavača/The Publisher:
DARKO Uremović

Glavni i odgovorni urednik izdavača/Editor in chief of Publisher:
Prof. dr ALEKSANDRA Vidović

Tehnički urednik/Technical Editor:
SRETKO Bojić

Štampa/Print:
Online izdanje

Edicija/Edition:
Ekonomski fakultet – Oškoč výmoč knj. 122

ISBN 978-99976-34-15-3

**Radove ili dijelove radova objavljene u štampanom izdanju nije dozvoljeno
preštampavati, bez izričite saglasnosti Uredništva. Ocjene iznesene u radovima i
dijelovima radova lični su stavovi autora i ne izražavaju stavove Uredništva ili Izdavača.**

PROGRAMSKI ODBOR/PROGRAM COMMITTEE:

Predsjednik: Prof. dr Zorka GRANDOV, *Panевропски универзитет Апеирон, БиХ*

Domaći članovi / Resident members::

- (i) Bosna i Hercegovina
- Prof. dr Esad Jakupović, rektor, *Panевропски универзитет Апеирон, Баня Лука*
 - Prof. dr Damir Marjanović, rektor, *International Burch University, Sarajevo*
 - Prof. dr Zoran Avramović, akademik, *Panевропски универзитет Апеирон, Баня Лука*

Medunarodni članovi / International members:

- (ii) Albanija
- Prof. dr Elfrida Zefi, *University "Fan S. Noli" Korce*
- (iii) Austrija
- Prof. dr Wolfgang Berger, *University of Vienna*
 - Prof. dr Marian Wakounig, *University of Vienna*
 - Dr. Marion Stiasny, *BMF, Wien*
- (iv) Belgija
- Prof. dr Evrard Claessens, *Universiteit Antwerpen*
- (v) Bugarska
- Prof. dr Milen Baltov, *prorektor, Burgas Free University – Burgas*
 - Prof. dr Vasileva Antoaneta, *dekan Fakulteta ekonomskih nauka u Sofiji*
- (vi) Crna Gora
- Prof. dr Rade Ratković, *Univerzitet Mediteran*
 - Prof. dr Vuk Ognjanović, *Fakultet za saobraćaj, komunikacije i logistiku, Berane*
- (vii) Hrvatska
- Prof. dr Vinko Kandžija, *Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci*
 - Prof. dr Vlatka Bilas, *Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet*
 - Doc. dr Vinko Morić, *Visoka škola Baltazar Adam Krčelić, Zaprešić-Zagreb*
 - Prof. dr Marin Milković, *rektor, Sveučilište Šećer, Varaždin*
 - Doc. dr Anica Hunjet, *Sveučilište Šećer, Varaždin*
- (viii) Italija
- Prof. Ing. Agostino Villa, *Politecnico di Torino*
 - Prof. dr Roberto Cavallaro, *Università Pro-Deo Roma*
 - Dr. Diego Moscheni, *počani konzul BiH u Italiji*
- (ix) Kina
- Prof. dr Chen Feng, *potpredsjednik, Beijing Jiaotong University Peking,*
 - Prof. dr Li Zhang, *prodekan Fakulteta za ekonomiju i menadžment, Beijing Jiaotong University Peking*

(x) Makedonija

- **Prof. dr Mirko Tripunovski, dekan, FON Univerzitet Skoplje**
- **Prof. dr Jovanka Biljan, Univerzitet SV Kliment Ohridski, Bitola**
- **Prof. dr Evica Delova Jolevska, American College, Skoplje**
- **Prof. dr Shekerinka Ivanovska, dekan, Privatna visokoobrazovna ustanova „G.R.DERZAVIN SVETI NIKOLE“**

(xi) Njemačka

- **Prof. dr Hans Michael Wolfgang, University of Muenster**
- **Prof. dr Lothar Gellert, predsjedavajući EFA**

(xii) Poljska

- **Prof. dr Zbigniew Paszek, Krakowska Akademia**

(xiii) Rumunija

- **Prof. dr Emilia Iordache, University „Constantin Brancoveanu“ Pitesti**

(xiv) Rusija

- **Prof. dr Jurjev V.M., rektor, Tambovski državni univerzitet**
- **Prof. dr Karpunina E.K., direktor Ekonomskog instituta, Tambovski državni univerzitet**
- **Prof. dr Maxim A.Pakhomov, šef, Katedra za informatiku i matematiku, Tambovski državni univerzitet**
- **Prof. dr Mališ Vladimir Nikolajević, dekan, Lipecki državni pedagoški univerzitet**

(xv) Slovenija

- **Prof. dr Bojan Rosi, dekan, Fakultet za logistiku Celje, Univerzitet u Mariboru**
- **Prof. Dr Tomaž Kramberger, prodekan, Fakultet za logistiku Celje, Univerzitet u Mariboru**
- **Prof. dr Andrej Kumar, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Ljubljani**
- **Prof. dr Marjan Blažič, akademik, direktor Visoke škole za upravljanje i poslovanje, Novo Mesto**

(xvi) Srbija

- **Prof. dr Nenad Vunjak, Ekonomski fakultet u Subotici, Univerzitet u Novom Sadu**
- **Prof. dr Aleksandar Živković, Ekonomski fakultet u Beogradu, Univerzitet u Beogradu**
- **Prof. dr Marjana Vidas Bubanja, Univerzitet Alfa, Beograd**
- **Prof. dr Sladana Barjaktarović – Rakočević, prodekan, Fakultet organizacionih nauka (FON), Beograd**

(xvii) Turska

- **Prof. dr Kiymet Tunca Caliyurt, Trakya University Edirne**
- **Prof. dr Kamil Buyukmirza, Gazi University**
- **Prof. dr Recep Pukdemir, Istanbul University**
- **Prof. dr Emre Burkcin, Marmara University**
- **Prof. dr Mehmet Ozbirecikli, Mustafa Kemal University**

ORGANIZACIONI ODBOR/ORGANIZING COMMITTEE:

Predsjednik: Prof. dr Sanel JAKUPOVIĆ, dekan Fakulteta poslovne ekonomije, Panevropski univerzitet Apeiron, BiH

Potpredsjednik: Prof. dr Vladimir STOJANOVIĆ, prodekan Fakulteta poslovne ekonomije, Panevropski univerzitet Apeiron, BiH

Members (Pan-European University Apeiron, BiH):

- Doc. dr Siniša Aleksić,
- Darko Uremović,
- Prof. dr Milanka Aleksić,
- Prof. dr Bogdana G.-Vujnović,
- Prof. dr Velibor Peulić,
- Prof. dr Aleksandra Vidović,
- Doc. dr Nina Uremović,
- Doc. dr Jana Aleksić - Andelić
- Prof. dr Ostoja Travar
- Dr. sc. Višnja Kojić
- Doc. dr Elvir Jugo
- Doc. dr Senad Tatarević
- Doc. dr Vanja Sredojević,
- Prof. dr Marko Laketa,
- Prof. dr Dragan Kolev,
- Mr. sc. Živana Kljajić,
- Mr. sc. Siniša Kljajić,
- Doc. dr Siniša Tomić
- Mr. sc. Vedran Šupuković
- Elvedina Tatarević
- Ljubiša Tomić
- Jelena Davidović
- Zorica Dugonjić
- Sanja Šaula,
- Miloš Pašić,
- Momčilo Đukić,
- Marijana Petković
- Radovan Vučenović
- Maja Dujaković.

Tehnički sekretar konferencije: Mr. sc. Marica Banović

Web design konferencije: Mr. sc. Sinisa Kljajić

Tehnički urednik publikacija: Sretko Bojić

TEMATSKE OBLASTI:

- MSP i preduzetništvo
- Žensko preduzetništvo
- Socijalno (društveno) preduzetništvo
- Inovacije i preduzetništvo
- Studentsko preduzetništvo
- Zadružno preduzetništvo
- Filozofija preduzetništva
- Preduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje
- Izvori finansiranja preduzetništva
- Obrazovanje i cjeloživotno učenje za preduzetništvo
- IT podrška biznisu i preduzetništvu
- IT upravljanje i strategija/poslovna usklađenost
- IT investicije, projektni menadžment i razvoj
- Ekonomija rada
- Fleksibilnost tržišta rada
- Menadžment talenata
- Korporativno upravljanje
- Krizni menadžment
- Transparentnost, etika u biznisu i kreiranje politika
- Liderstvo
- Organizacijske promjene i održivost
- Menadžment osiguranja kontrole kvaliteta
- Upravljanje humanim resursima (HRM)
- Strategija i konkurentske prednosti
- E-Business, e-Government i digitalna ekonomija
- Marketing menadžment
- Menadžment turizma i razvoja
- Finansijska tržišta i institucije
- Finansijsko izvještavanje, kontroling i audit
- Menadžment osiguranja i rizika
- Monetarna politika i finansijska stabilnost
- Ekonomski razvoj, makroekonomski menadžment
- Ekonomija životne sredine, resursa, energije i regulativa
- Siromaštvo, distribucija prihoda i nezaposlenost
- Istraživanje, razvoj, praksa i inovacije.

MAIN TOPIC FIELDS:

- SMEs and entrepreneurship
- Women in entrepreneurship
- Social entrepreneurship
- Innovation and Entrepreneurship
- Student entrepreneurship
- Cooperative entrepreneurship
- Entrepreneurship philosophy
- Entrepreneurship and corporate social responsibility (CSR)
- Sources of financing entrepreneurship
- Education and lifelong learning for entrepreneurship
- IT support for business and entrepreneurship
- IT management and strategy / business compliance
- IT investments, project management and development
- Labor Economics
- Flexibility of the labor market
- Talent Management
- Corporate governance
- Crisis management
- Transparency, ethics in business and policy making
- Leadership
- Organizational changes and sustainability
- Quality control assurance management
- Human Resource Management (HRM)
- Strategy and competitive advantages
- E-Business, e-Government and digital economy
- Marketing Management
- Tourism and development management
- Financial markets and institutions
- Financial reporting, controlling and auditing
- Insurance and risk management
- Monetary policy and financial stability
- Economic development, macroeconomic management
- Economics of the environment, resources, energy and regulation
- Poverty, income distribution and unemployment
- Research, development, practice and innovation

SADRŽAJ/ CONTENTS:

UTICAJ VLASNIČKE TRANSFORMACIJE U JAVNOM SEKTORU NA UPRAVLJANJE JAVNIM DOBRIMA.....	12
<i>SADIK BAHTIĆ, NAMIK ČOLAKOVIĆ, FUAD BAJRAKTAREVIĆ</i>	
RAZVOJ TRANSVERZALNIH KOMPETENCIJA I INTELIGENTNA KOMUNIKACIJA KAO IMPERATIV SAVREMENOG ČOVEKA	13
<i>JELENA BAJIĆ</i>	
EKONOMIJA I RAZVOJ U ZAVISNOSTI OD ORGANIZACIJE MENADŽMENTA LJUDSKIH RESURSA	14
<i>FUAD BAJRAKTAREVIĆ, LEJLA DACIĆ, HARIS DACIĆ</i>	
BRENDIRANJE DESTINACIJE KAO ODREDNICA EKONOMSKOG RAZVOJA ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA.....	15
<i>DŽENAN BEGOVIĆ, SAIDA HEKO</i>	
POVEZANOST PRILJEVA INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA, IZVOZA I EKONOMSKOG RASTA U ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE.....	16
<i>VLATKA BILAS, VEDRAN ŠUPUKOVIĆ</i>	
MATRIČNI ASPEKTI PREDIKCIJE POSLOVNE EFIKASNOSTI MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA KAO PREDUSLOV MEĐUNARODNE KONKURENTNOSTI.....	17
<i>MIRJANA LANDIKA, SANEL JAKUPOVIĆ, VANJA SREDOJEVIĆ</i>	
WORKING CONDITIONS AS A FACTOR OF PRODUCTIVITY IN SMES	19
<i>KATARINA DRŽAJIĆ, FRANK VEGA</i>	
IZVOZ, INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA I EKONOMSKI RAST U REPUBLICI HRVATSKOJ	20
<i>SANJA FRANC</i>	
ULOGA I ZNAČAJ LOKALNOG STANOVNIŠTVA U RAZVOJU I PROMOCIJI TURIZMA.....	21
<i>SELMA GUTLIĆ</i>	
ZNAČAJ POSVEĆENOSTI MENADŽMENTA ZNANJA RAZVOJU MARKETING KONCEPTA USMJERENOGL KORISNICIMA USLUGA (PRIMJER - POŠTANSKI SEKTOR)	22
<i>SAIDA HEKO, DŽENAN BEGOVIĆ</i>	
INTERNET OF THINGS – OD NOVIH TRZISNIH PRILIKA I POSLOVNOG MODELA DO BRIGE O SIGURNOSTI	23
<i>SANEL JAKUPOVIĆ, VESNA NOVAKOVIĆ</i>	
THE MEXICAN INSTITUTIONS IN THE CREATION AND CONSOLIDATION OF SMES.....	24
<i>JOSÉ G. VARGAS-HERNÁNDEZ, L.E. SANDRA QUIROZ MENDOZA</i>	
UTICAJ KLJUČNIH VARIJABLJI SA SVJETSKOG FINANSIJSKOG TRŽIŠTA NA BOSANSKOHERCEGOVAČKU EKONOMIJU.....	25
<i>DRAGAN JOVIĆ</i>	

THE IMPORTANCE OF THE PERFORMANCE AND COMPETITIVENESS IMPROVEMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN BOSNIA AND HERZEGOVINA	26
SANJA KAVAZ HUKIĆ	
KORPORATIVNA INTERNA KOMUNIKACIJA KAO FAKTOR EFIKASNOG POSLOVANJA MERENA „THINK-FEEL-DO” MOTODOM (CASE STUDY).....	27
DRAGAN KOLEV, DARKO TADIĆ	
UTICAJ BREND NA POTROŠNU I POTROŠAČA	28
MARKO LAKETA, LUKA LAKETA	
MENADŽMENT PROMJENA KAO FAKTOR RAZVOJA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA	29
NERMAN LJEVO	
PERSPECTIVES OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN CROATIA.....	30
MIHAELA MIKIĆ, MARTINA SOPTA, IVANA SALINA	
ENTREPRENEURIAL MARKETING RESEARCH OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES	31
ALEKSANDAR NIKOLOVSKI, LAZAR ARSOVSKI, MAJA TRIPUNOSKA	
LANAC VRIJEDNOSTI KAO OSNOV KREIRANJA PROCESNE ORGANIZACIONE STRUKTURE U JAVNOM SEKTORU - PRIMJER: MINISTARSTVO PROSVJETE I KULTURE U VLADI REPUBLIKE SRPSKE.....	32
VESNA NOVAKOVIĆ, BOBAN ŠAŠIĆ	
THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS AND ITS INFLUENCE ON THE GERMAN ECONOMY	33
NADA PETRUSHEVA, ELENA JORDANOSKA	
UTICAJ RAZVIJENOSTI SPOLJNOTRGOVINSKIH ODNOSA I MEĐUNARODNE SARADNJE NA GLOBALISTIČKI KARAKTER FLUKTUIRAJUĆIH PRIVREDNIH KRETANJA	34
VANJA SREDOJEVIĆ, SLAVICA LUKIĆ, SENAD TATAREVIĆ	
LOKALNI AKCIIONI PLAN ZAPOŠLJAVANJA – SLUČAJ GRADA VRANJA.....	35
LJILJANA STOŠIĆ MIHAJLOVIĆ	
AIR TRANSPORT MARKET CHALLENGES IN THE SOUTHEAST EUROPE	36
RUŽICA ŠKURLA BABIĆ, IVAN MIŠETIĆ, ANDREJ BAJIĆ	
LIDERSTVO I MENADŽMENT: UPRAVLJANJE SUKOBIMA	37
DARKO TADIĆ, DRAGAN KOLEV	
AIR TRANSPORT PRIVATIZATION TRENDS	38
MIRKO TATALOVIĆ, JASMIN BAJIĆ, VEDRAN ŠUPUKOVIĆ	
COSO OKVIR I ORGANIZOVANJE INTERNE REVIZIJI ZA BORBU PROTIV PREVARA	39
DARKO TOMAŠ, IGOR TODOROVIĆ, ZDRAVKO TODOROVIĆ	
EKONOMIJA MALIH LEŽIŠTA MINERALNIH SIROVINA KAO OBJEKATA POGODNIH ZA AKTUELNE INVESTICIJE U MINERALNOM SEKTORU	40

RADULE TOŠOVIĆ

STRATEGIC MANAGEMENT, ORGANIZATIONAL MODELS AND SUSTAINABILITY OF BUSINESS ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA	41
<i>MIRKO TRIPUNOSKI, BORCHE SIBINOVSKI, FISNIK FERATI</i>	
STANJE I TRENDJOVI KAMATNIH STOPA NA TRŽIŠTU NOVCA	42
<i>BOGDANA VUJNOVIĆ-GLIGORIĆ, NINA UREMOVIĆ, ZUMRETA GALIJAŠEVIĆ</i>	
SMALL AND MEDIUM ENTREPREISE IN KOSOVO - CHALLENGES AND BARRIERS.....	43
<i>YLL MEHMETAJ</i>	

UTICAJ VLASNIČKE TRANSFORMACIJE U JAVNOM SEKTORU NA UPRAVLJANJE JAVNIM DOBRIMA

SADIK BAHTIĆ, NAMIK ČOLAKOVIĆ, FUAD BAJRAKTAREVIĆ

*Univerzitet u Travniku, Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju, Kiseljak, BiH,
email:sadiksado.bahtic@hotmail.com*

Apstrakt: Neoliberalistički stavovi, prema kojima društvo može osigurati punu korist samo ako se maksimiziraju raspon i frekvencija tržišnih transakcija, nastoje djelatnost čovjeka prevesti u oblast tržišta, pri čemu se u tu funkciju stavljuje sve političke, ekonomski i pravne strukture. Međunarodne organizacije, vlade razvijenih država i multinacionalne korporacije nastoje kontrolisati razvoj tranzicijskih društava i pri tome vrše niz asimetričnih pritisaka na zemlje u razvoju i objektivna su prijetnja njihovom opstanku. Deregulacija, kao preporuka tranzicijskim zemljama u okviru Washingtonskog konsenzusa, podrazumijeva da je potrebno ukinuti administrativno određivanje cijena i ukloniti sve prepreke slobodnom funkcionisanju tržišta, uključujući i prirodne monopole kao što su vodni resursi. Voda, koja je oduvijek imala značenje općeg dobra, prebačena je u kategoriju roba sa kojom se treba trgovati kao i sa svakom drugom robom. Međutim, ova vlasnička transformacija, odnosno privatizacija sistema vodosnabdjevanja se u praksi nije pokazala efikasnom. Niz ovih privatizacija su proizvele evidentne štete zapuštanjem infrastrukture vodosnabdjevanja, a obećane investicije nisu realizovane, jer su se novi vlasnici u postavljenoj dilemi, između pada profita ili enormnog povećanja cijena potrošačima, uvijek odlučivali za ovo drugo. U Bosni I Hercegovini, koja je jedna od vodećih evropskih zemalja po bogatstvu vode, izražene su krize u komunalnim javnim preduzećima koja upravljaju sistemima vodosnabdjevanja, tako da su s jedne strane učestala javna mišljenja da bi promjena svojinskih odnosa mogla unaprijediti postojeće stanje, a s druge strane postoje stavovi da je voda javno dobro od opšteg značaja i da vlasništvo nad vodom mora ostati u okvirima države.

Ključne riječi: Voda, prirodni monopol, deregulacija, privatizacija, vlasnička transformacija.

RAZVOJ TRANSVERZALNIH KOMPETENCIJA I INTELIGENTNA KOMUNIKACIJA KAO IMPERATIV SAVREMENOG ČOVEKA

JELENA BAJIĆ

Professional Stock Invest a.d., email:jelena.bajic011@gmail.com

Apstrakt: Unapredjenje, kako personalne tako i profesionalne strane čoveka, predstavlja imperativ u savremenim uslovima života i rada. Stari obrasci više nisu aktuelni i dovoljni. Potrebno je kroz adekvatnu edukaciju i komunikaciju naučiti nove tehnike, modele i metode koji odgovaraju potrebama društva dvadeset prvog veka. S druge strane, potreba savremenog čoveka za celovitim, personalnim i profesionalnim razvojem i njegovo traganje za samorazumevanjem, razumevanjem kompleksnog sveta oko sebe i svog položaja i orijentacije u njemu, dovode do razvoja novog vida edukacije koji unapređuje kako ličnu tako i poslovnu stranu čoveka. Savremeni čovek već duže vreme doživljava vrednosnu dezorientaciju, koja je i glavni uzrok duboke krize identiteta i prateće teskobe koju oseća. Novi milenijum probudio je potrebu za novom edukacijom, motivacijom i intelligentom komunikacijom, jer čovek nije podvojeno biće i njegovi privatni i poslovni problemi, ambicije i zahtevi se prožimaju i utiču na njegovu radnu sposobnost. Stoga razvoj transverzalnih kompetencija, tj., profesionalnih i personalnih, kao i koncept celoživotnog učenja, predstavljaju imperativ današnjice. U eri globalizacije i ekonomije znanja potrebno je naglasiti važnost intelektualnog kapitala kao konkurenčne prednosti broj jedan na savremenom turbulentnom trištu. Znanje, inicijativa i ideja, predstavljaju danas najvažnije aspekte poslovanja čoveka. Uočena i tržišno potkrepljena potreba savremenog pojedinca za celovitim, personalnim i profesionalnim razvojem idu pod ruku sa novim načinima zapošljavanja i poslovanja uopšte. Stoga se uočava potreba primene nove edukacije i savremenog načina komunikacije, tj., uvođenja intelligentne komunikacije u svim segmentima i na svim nivoima delovanja. Istraživanja pokazuju da razvoj personalne, kao i profesionalne sposobnosti predstavljaju bitan uslov za efikasnije sticanje i unapređenje stručnih znanja i veština, tako što jačaju motivaciju za razvoj i učenje, i olakšavaju i poboljšavaju kognitivne procese pojedinca. U savremenom diskursu prepoznat je uticaj adekvatne, intelligentne komunikacije na edukaciju, obrazovanje, unapređenje i razvoj ljudi, jer je potreba za komunikacijom u samoj biti ljudskog bića i njegovog postojanja.

Ključne reči: transverzalne kompetencije, intelligentna komunikacija, edukacija, personalni i profesionalni razvoj

EKONOMIJA I RAZVOJ U ZAVISNOSTI OD ORGANIZACIJE MENADŽMENTA LJUDSKIH RESURSA

FUAD BAJRAKTAREVIĆ, LEJLA DACIĆ, HARIS DACIĆ

*Univerzitet u Travniku, Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju, Kiseljak, BiH,
email:fuad.bajraktarevic@gmail.com*

Abstrakt: U savremenom, globalnom poslovnom okruženju, u kojem su tehnologije i informacije svima dostupne, preduzeća i organizacije svoju konkurenčku prednost mogu graditi samo na jednom resursu - svojim zaposlenima, njihovim talentima, znanjima i motivaciji. Zaposleni su ne samo najvrijedniji, nego često i najskuplji organizacijski resurs, pa upravljanje njime mora biti dugoročno i strateški promišljeno. Menadžment ljudskih resursa je oblast nauke o organizaciji koja se bavi proučavanjem svih aspekata zaposlenosti u preduzeću. S obzirom na predmet izučavanja, ova naučna oblast se nije razvijala u izolaciji, već prije u širem kontekstu industrijskih promjena i ekonomskog razvoja i predstavlja odgovor na dramatične i kontinuirane promjene koje stvaraju civilizaciju novog svjetskog poretka. Prvi zadatak menadžera ljudskih resursa jeste da obezbjede, koliko god je moguće, da preduzeće bude sačinjeno od odgovarajućih ljudi, kako bi moglo da iskoristi ljudski resurs koji joj je potreban. To podrazumijeva utvrđivanje organizacionih struktura, utvrđivanje tipova ugovora pod kojima će raditi različite grupe zaposlenih (ili spoljnih saradnika), izbor i razvoj lica koja treba da ispune svoju ulogu: pravih ljudi sa odgovarajućim sposobnostima koji će pružiti svoje usluge onda kada te usluge budu potrebne preduzeću. Postoji i potreba za efektivnom konkurenčijom na tržištu rada putem zapošljavanja i zadržavanja najbolje radne snage koja je dostupna i koja se može naći na tržištu. To podrazumijeva razvijanje radnih paketa, koji su dovoljno primamljivi da zadrže nivo sposobnosti zaposlenog koji se traži i moguće otpuštanje onih za koje se u datom trenutku ocijeni da više nemaju ulogu u malim i srednjim preduzećima. Poslovna funkcija Menadžmenta ljudskih resursa u malim i srednjim preduzećima može biti dizajnirana na različite načine, ili kao sektor za ljudske resurse ili kao sektor za kadrove. Konkretno organizaciono rješenje će zavisiti od veličine preduzeća, ali i stepena razvijenosti poslova Menadžmenta ljudskih resursa. Ukoliko je riječ o izrazito malim preduzećima, nema potrebe da se poslovi iz ove oblasti izdvajaju kao posebna organizaciona jedinica, jer manji broj zaposlenih automatski znači i manji obim poslova iz domena Menadžmenta ljudskih resursa. Dovoljno je da se ovi poslovi grupišu na jednom radnom mjestu koje je pod direktnim linijskim autoritetom vrhunskog menadžera.

Ključne riječi: organizacija, menadžment ljudskih resursa, MSP, ekonomski razvoj, motivacija.

BRENDIRANJE DESTINACIJE KAO ODREDNICA EKONOMSKOG RAZVOJA ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA

DŽENAN BEGOVIĆ

Skupština Zeničko-dobojskog kantona, email:dzenan.begovic@gmail.com

SAIDA HEKO

JP BH Pošta Sarajevo Centar pošta Zenica, email:saidaaheco@outlook.com

Abstrakt: Turistička ponuda na tržištu Bosne i Hercegovine je nedovoljno razvijena. Kao i ostale grane privrede, turizam je preživio značajne štete tokom rata, a danas nesmetano odvijanje ove djelatnosti još uvijek narušavaju političke i društvene (ne)prilike. U destinacijama kao Zeničko-dobojski kanton problem je dodatno izražen kao područjima koji su od ranije percipirani kao velike industrijske zone. Na svim nivoima vlasti u Bosni i Hercegovini niko se malo ili nimalo institucionalno i strateški bavi turizmom i brendiranjem destinacija, bilo da je riječ o državi, gradu ili regiji, pa su kantonalni nivoi i lokalne samoprave prepustene same sebi, jer još uvijek ne postoji kritična masa i institucionalna svijest o brendiranju destinacija ili turizmu kao djelatnosti, grani privrede koja preko svojih ekonomskih funkcija utiče na skoro sve grane ekonomije i tako stvara multiplikatore rasta GDP-a, investicija, omogućava ubrzanje regionalnog i lokalnog razvoja, pokreće proizvodnju malih i srednjih preduzeća za zadovoljavanje potreba turizma, pospješuje devizni priliv i omogućava poboljšanje platnog bilansa zemlje, te utiče na porast sveukupne zaposlenosti.

U ovom radu autori razvijaju tezu brendiranja destinacije u turističkom smislu kao razvojnoj šansi Zeničko-dobojskog kantona, a po kojoj je moguć ekonomski razvoj sa naglaskom na turizam sa značajnijim podsticajem turističke djelatnosti u okviru ukupne razvojne strategije i politike Zeničko-dobojskog kantona. U radu je analizirano stanje u kojem se nalazi Zeničko-dobojski kanton, sa ostvrtom na trgovinu, ugostiteljstvo i turizam, koji je neiskorištena razvojna šansa Zeničko-dobojskog kantona. Predmet rada je usmjeren na prezentaciju i analizu resursnih potencijala i kapaciteta turističkog sektora, na osnovu kojih se mogu kreirati strategije, smjernice i programske ideje za razvoj i brendiranje destinacije Zeničko-dobojski kanton kao turističke, što će doprinijeti turističkom, ali i sveukupnom ekonomskom razvoju. U radu su predstavljeni resursi i dosadašnji učinci turističkog sektora na osnovu čega i jeste elaborirana hipoteza po kojoj je brendiranje Zeničko-dobojskog kantona kao turističke destinacije jedna od najperspektivnijih neiskorištenih šansi Zeničko-dobojskog kantona.

Ključne riječi: brendiranje destinacije, turizam, strategija razvoja, Zeničko-dobojski kanton.

POVEZANOST PRILJEVA INOZEMNIH IZRAVNIH ULAGANJA, IZVOZA I EKONOMSKOG RASTA U ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

VLATKA BILAS

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, email: bilas.vlatka@gmail.com

VEDRAN ŠUPUKOVIĆ

CIAK, d.o.o. Zagreb, email: vedran.supukovic@ciak.hr

Apstrakt: Sve intenzivniji procesi globalizacije i regionalizacije ogledaju se u većem obujmu međunarodne trgovine i međunarodnih investicija. Tako su udjeli izvoza i uvoza robe u nacionalnom proizvodu porasli znatno, dok međunarodne investicije i zajmovi rastu brže i od svjetske trgovine. Integraciji svjetskog tržišta doprinijela je sve jača tržišna liberalizacija kako na regionalnoj tako i na globalnoj razini. Spomenuti procesi globalizacije, regionalizacije i liberalizacije ekonomskih odnosa ogledaju se i u sve većoj mobilnosti kapitala. Većina zemalja prepoznala je važnost ulaganja i izvoza kao načina postizanja ekonomskog prosperiteta pa su u svoje nacionalne strategije uključile programe njihova poticanja. Istraživanje veze između izvoza i gospodarskog rasta zauzima važno mjesto u literaturi. Prihvaćena je hipoteza o izvozno usmjerrenom rastu koja prepostavlja da politike usmjerene na poticanje izvoza doprinose ekonomskom rastu. S druge strane, inozemna izravna ulaganja (engl. Foreign Direct Investment - FDI) prepoznata su kao jedan od najstabilnijih oblika priljeva estranog kapitala. Njihova je uloga tim veća ako se uzmu u obzir mogući pozitivni efekti na povećanje konkurentnosti i ekonomskog rasta zemlje primateljice. Priljevi FDI mogu pozitivno djelovati na razvoj i akumulaciju ljudskog kapitala, povećanje zaposlenosti te mogu predstavljati izvor prelijevanja tehnologije. No, valja naglasiti da utjecaj inozemnih izravnih ulaganja na ekonomski rast i razvoj ovisi o stupnju razvijenosti same zemlje, ekonomskim i socijalnim uvjetima, stupnju tehnološkog razvoja, otvorenosti zemlje trgovini te stupnju komplementarnosti ili supstitutivnosti FDI i domaćih ulaganja. Cilj predmetnog rada je istražiti povezanost između izvoza, priljeva inozemnih izravnih ulaganja i ekonomskog rasta, mjenog bruto domaćim proizvodom po glavi stanovnika, na uzorku zemalja članica Europske unije (EU28). Zemlje članice će se podijeliti u dvije skupine (EU15 i EU13) zbog njihove heterogenosti koja otežava donošenje jednoobraznih zaključaka za sve zemlje članice integracije. Zaključci istraživanja o vezi između promatranih varijabli mogu biti od koristi prilikom donošenja efektivnih razvojnih politika i strategija.

Ključne riječi: izvoz, FDI, BDP, EU

**MATRIČNI ASPEKTI PREDIKCIJE POSLOVNE EFIKASNOSTI
MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA KAO PREDUSLOV
MEĐUNARODNE KONKURENTNOSTI**

MIRJANA LANDIKA

Panevropski univerzitet Apeiron, Banja Luka, email: mirjana.landika@gmail.com

SANEL JAKUPOVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, Banja Luka, email: sanel.e.jakupovic@apeiron-edu.eu

VANJA SREDOJEVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, Banja Luka, email: vanja.b.sredojevic@apeiron-edu.eu

Apstrakt: Preduzetnička aktivnost zemalja u tranziciji, kao što je RS i BiH, bremenita je brojnim prijetnjama iz okruženja, što se posebno odnosi na izostanak adekvatne obrazovanosti preduzetnika, institucionalne podrške kao i komunikacione infrastrukture među njima, zatim njihovom značajnom finansijskom imoptentnošću. Potencijal preduzetničke aktivnosti MiS – ih preduzeća, predstavlja značajan preduslov razvoja nacionalne privrede kao i preduslov prevencije i/ili izlaska iz ekonomskog krize, uz uslov da se njihov potencijal eksplotiše planskim, a ne stihijskim pristupom. Maksimizacija tržišnog potencijala i resursnih mogućnosti, zahtijeva izgradnju adekvatnog sistema odlučivanja, gdje se problemi rješavaju planskim sagledavanjem, selekcijom, aplikacijom i metrikom sistemskog okruženja sa aspekta zančajnosti, uz istovremeno uvažavanje internih potencijala. Adekvatna komunikacija donosioca odluke sa teorijskim modelima, i njihova efikasna implementacija u poslovno planiranje aktivnosti omogućava poslovnim sistemima, tako i MiS preduzećima, da optimalnom kombinacijom vlastitih potencijala i poslovnog okruženja, ostvare maksimalnu poslovnu efikasnost i efektivnost. Teorijski model predstavlja virtuelno pomagalo kojim se vrši simboličko – kvantitativna deskripcija realnog sistema, pri čemu je stepen saglasnosti modela i niova realiteta kojega njime opisujemo determinišući faktor uspješnosti realne aplikacije modeliranih informacija. Upravljački problem efikasno se riješava isključivo adekvatnim teorijskim modelom kojim su obuhvaćeni, seleкционisani, kvantifikovani i funkcionalno povezani interni i eksterni faktori „tretiranog“ realiteta. Funkcionalno povezivanje faktora u apliciranom modelu mora biti prilagođeno uslovima odlučivanja, što se odnosi na uslove izvjesnosti, neizvjesnosti ili rizika. Klasifikacija faktora odlučivanja treba ići u pravcu prepoznavanja ulaznih, slučajnih i izlaznih promjenljivih, kao i detekcije uslova i oblika njihove međuzavisnosti, prilagođenih uslovima odlučivanja. Poslovni sistem je cilju orijentisan sistem koji zahtijeva optimizaciju na više različitih nivoa, kako bi se postigao sistemski optimum kao adekvatna sinergetska rezultanta suboptimuma. Predloženi pristup se odnosi na stohastičku optimizaciju proizvodnog portfolija usaglašenu sa tržišnim potencijalom, a nakon toga determinističku optimizaciju

proizvodnih procesa u funkciji postizanja optimalnog proizvodnog portfolija. Matrica plaćanja kao virtuelno pomagalo, odnosno sažeti prikaz mogućih poslovnih rezulata, omogućava izbor optimalne strategije poslovanja uz maksimalnu saglasnost modelske predikcije i realnih poslovnih rezultata.

Ključne riječi: mala i srednja preduzeća, optimalna poslovna efikasnost, virtuelno pomagalo, modelska predikcija, matrični prikaz poslovnih rezulata.

WORKING CONDITIONS AS A FACTOR OF PRODUCTIVITY IN SMES

KATARINA DRŽAJIĆ

Pan-European University Apeiron Banja Luka, email: katarina.p.drzajic@apeiron-edu.eu

FRANK VEGA

*University of Havana - Faculty of Mathematics and Computer Science, email:
vega.frank@gmail.com*

Abstract: The theoretical framework by Diamond, Mortensen and Pissarides (Nobel Award in Economic Sciences, 2010) shows us how generous wages can determine the success in filling job vacancies. The empirical evidence is convincing: larger and more profitable enterprises pay higher wages. Nowadays, large leader companies are investing not only in paying efficient wages to prevent shirking, but also in the improvement of working conditions and even taking a rigorous analytical approach to etiquette. It is a common fact that small and medium-sized enterprises (SMEs) cannot compete in the same way with these high standards. However, recent examples have shown that a suitable work environment, techniques for reducing the stress factors, strategies to create workplaces with a more ethnical diversity and profound benefits for women, as well as the efforts in making the workers feel more liable to their jobs are possible in SMEs and have real benefits for their growth and productivity. At the same time, these approaches could be beneficial for developing countries in a large scale since SMEs play a major role in most of these economies. In this paper, we will conduct a study from the most popular current standards that the best companies promote and suggest some alternatives for SMEs in order to improve these factors.

Key words: SMEs, working conditions, jobs, investment, current standards

IZVOZ, INOZEMNA IZRAVNA ULAGANJA I EKONOMSKI RAST U REPUBLICI HRVATSKOJ

SANJA FRANC

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, email:sfranc@efzg.hr

Apstrakt: Ekonomski rast, izvoz i inozemna izravna ulaganja zauzimaju važno mjesto u teorijskim i empirijskim istraživanjima. Argument o ulozi izvoza kao jednog od glavnih determinističkih čimbenika gospodarskog rasta ima korijene još u klasičnim teorijama o trgovini. Nadalje, prema neoklasičnoj teoriji, dugoročni ekonomski rast posljedica je povećanja egzogenih faktora, kao što su povećanje radne snage ili tehnološki napredak. Strategija izvozno usmjereno rasta zemlje ima za cilj pružiti poticaje za izvoz robe putem različitih mjera gospodarskih politika. Njihov je cilj povećati proizvodnju dobara i usluga koji mogu konkurrirati na svjetskom tržištu, koristiti naprednu tehnologiju i osigurati prihode od inozemne razmjene potrebne za uvoz kapitalnih dobara. Pojava novih teorijskih modela koji ističu važnost endogenih faktora za ekonomski rast omogućila je uključivanje inozemnih izravnih ulaganja u analizu kao jedne od odrednica rasta. Slobodno kretanje kapitala u prošlosti je imalo svega nekoliko zemalja i nekoliko sektora te su obično kapitalni tijekovi pratili trgovinske tijekove. Danas je primjetan globalni trend proliferacije slobodnog kretanja kapitala. Štoviše, inozemna izravna ulaganja dobila su na važnosti kao poželjan izvor kapitala, osobito u zemljama u razvoju među kojima se razvila snažna konkurenca za privlačenjem takvih ulaganja. Inozemna izravna ulaganja predstavljaju specifičan oblik kapitala stoga jer podrazumijevaju dugoročan interes, kao i određen udio u vlasništvu koji osigurava pravo glasa i sudjelovanja u upravljanju poduzećem. Opsežna je literatura koja se bavi učincima inozemnih izravnih ulaganja na zemlju primateljicu. Općenito je prihvaćeno da ti učinci pozitivno pridonose gospodarskom rastu i razvoju zbog priljeva svježeg kapitala i učinaka prelijevanja koji ovise o apsorpcijskom kapacitetu zemlje primateljice. Zaključno, za očekivati je kako liberalizacija međunarodne trgovine te izvozne performanse, kao i liberalizacija kretanja kapitala te priljevi inozemnih izravnih ulaganja utječu pozitivno na ekonomski rast neke zemlje. Cilj ovog rada je istražiti povezanost izvoza, inozemnih izravnih ulaganja te ekonomskog rasta na primjeru Republike Hrvatske. Zaključci istraživanja od koristi su pri donošenju odgovarajućih politika te strategija rasta i razvoja malih otvorenih ekonomija poput Republike Hrvatske.

Ključne riječi: izvoz, ekonomski rast, inozemna izravna ulaganja, Republika Hrvatska

ULOGA I ZNAČAJ LOKALNOG STANOVNIŠTVA U RAZVOJU I PROMOCIJI TURIZMA

SELMA GUTLIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, email: selmaa_g@hotmail.com

Apstrakt: Brendiranje gradova i turističkih destinacija predmet su pisanja i istraživanja različitih autora. Glavni cilj brendiranja gradova i turističkih destinacija je prije svega privući sve veći i veći broj turista a zatim i sve veći i veći broj investitora. U vezi s tim i ovaj rad također u svoj fokusu stavlja turizam ali ne sa aspekta turista ili investitora kao interesnih grupa već sagledavanjem i stavljanjem lokalnog stanovništva tj. rezidenata u fokus. Prema autoru, lokalni stanovnici su ti koji su glavni nosioci promocije i razvoja turizma i trebaju biti integrirani u razvoj i promociju turizma. U cilju što boljeg i kvalitetnijeg razvoja turističke ponude lokalni stanovnici su vrlo važna interesna grupa i moraju biti uključeni. Njihovo pozitivno ili negativno sagledavanje turističke ponude ima posljedice na samo planiranje i razvoj turizma. Zbog toga mišljenje i shvatanje lokalnog stanovništva kod određenog turističkog proizvoda ili destinacije je vrlo bitan elemenat. Važnost uključivanja lokalnog stanovništva u promociji i razvoju turizma istaknuta je i kod Svjetske turističke organizacije (UNWTO) koja u svojih deset principa iz priručnika „Globalni etički kodeks za turizam“, u principu pet navodi da lokalno stanovništvo treba biti integrirano u ekonomski i društveni aspekt destinacije. Zbog toga kako bi se unaprijedilo upravljanje turizmom važno je prikupiti informacije o stavovima i percepcijama lokalnog stanovništva. U cilju napredovanja i razvoja turističke ponude i destinacije, bitno je da stanovnici imaju pozitivan stav prema turizmu u svojoj lokalnoj zajednici. Uzimajući u obzir da je ponašanje stanovništva bitan aspekt turističke ponude i turističkog proizvoda, krajnji cilj je razumjevanje njihovih stavova i percepcija kako bi određena turistička ponuda ili destinacija imali što bolji i kvalitetniji model razvoja.

KLJUČNE RIJEČI: lokalno stanovništvo, turizam, turistička destinacija, promocija, razvoj

ZNAČAJ POSVEĆENOSTI MENADŽMENTA ZNANJA RAZVOJU MARKETNG KONCEPTA USMJERENOOG KORISNICIMA USLUGA (PRIMJER - POŠTANSKI SEKTOR)

SAIDA HEKO

JP BH Pošta Sarajevo Centar pošta Zenica, email:saidaaheco@outlook.com

DŽENAN BEGOVIĆ

Skupština Zeničko-dobojskog kantona, email:dzenan.begovic@gmail.com

Apstrakt: Savremeni uslovi poslovanja preduzeća ukazuju na sve veću nepredvidivost i nesigurnost, što od menadžera znanja zahtjeva razumjevanje globalnih utjecaja i poslovnih trendova savremenog doba kroz veću stručnost i znanje u oblasti marketinških aktivnosti koje u fokusu poslovanja imaju potrošača, odnosno korisnike usluga. Menadžment znanja omogućuje pojedincima, na svim nivoima organizacije, pristup informacijama koje su im potrebne za obavljanje njihovih zadataka dajući doprinos ispunjenju sveukupnih ciljeva organizacije. Kako poštanska mreža ima važnu ulogu u integraciji biznisa u nacionalnu i globalnu ekonomiju putem objedinjavanja socijalnih i poslovnih odnosa sama primjena marketing aktivnosti u poštanskom sektoru usmjerava uslužne procese prema satisfakciji korisnika usluga a time i potrebu za privrednim rastom i razvojem. Samo ključni faktori koji imaju uticaja na efektivnost programa menadžment znanja a koji se odnose ne manadžment ljudskih resursa, organizacionu kulturu, kontrolu, liderstvo i informacione tehnologije mogu doprinjeti podizanju konkurenčne prednosti preduzeća. Riječ je o okviru unutar kojeg su organizacioni vidovi svih njegovih procesa kao procesa znanja. Uloga vođe u novim okolnostima podrazumjeva menadžment usmjeren na sistem koji treba u kontinuitetu osigurati unapređenje svih djelova sistema i funkcionalnosti zajedno, kako bi se orijentisali na poslovne procese i njihovo konstantno unapređenje. Menadžment znanja u uslovima nepredvidivih promjena se prilagođava sa mogućnošću da znanje i sposobnost postanu osnovno sredstvo usmjereno na poslovne procese sa ciljem povećanja kvaliteta poslovanja i postizanja efikasnosti i efektivnosti poslovanja. Želja za pobnjem i promišljeno strategijsko planiranje uz timski rad svih zaposlenih osnov je poslovнog uspjeha u savremenim uslovima poslovanja. U modernoj tržišnoj privredi ponašanje potrošača, korisnika usluga predstavlja mobilni faktor privrednih aktivnosti i jedan od osnovnih kriterijuma društveno ekonomskog razvoja jedne nacionalne ekonomije. Poštanskim operaterima predstoje procesi restrukturiranja i neophodnosti da se menadžment znanja i savremeni marketinški koncept ugraditi u korporativnu kulturu, predstavljajući konstantnu razvojnu poslovnu praksu koja obezbjeđuje pristup integriranim poslovnim procesima, komunikacijama, isporuci usluga i plaćanja za mala i srednja preduzeća, kao i veću komunikacionu efikasnost i održivi razvoj kroz partnerstvo sa drugim poštanskim i nepoštanskim operatorima u unutrašnjem i međunarodnom poštanskom saobraćaju.

Ključne riječi: menadžment znanja, marketing, poštanski saobraćaj

INTERNET OF THINGS – OD NOVIH TRZISNIH PRILIKA I POSLOVNOG MODELA DO BRIGE O SIGURNOSTI

SANEL JAKUPOVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, e-mail: sanel.e.jakupovic@apeiron-edu.eu

VESNA NOVAKOVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron e-mail: vesna.p.novakovic@apeiron-edu.eu

Apstrakt : U pogledu inovacija i njihovog doprinosa povećanju kvaliteta svakodnevnog života pojedinaca, kao i unapređenja poslovanja kompanija, nesumnjivo je potrebno značajnije obraditi koncept "Internet stvari", odnosno „Internet of things“, u daljem tekstu IoT. Kroz ovaj rad biće predočeni osnovni principi IoT-a, kao i mogućnosti primjene u cilju unapredjenja svakodnevnog poslovanja kompanija. Bosna i Hercegovina je po predmetnom pitanju daleko iza ostalih privreda u kojima se IoT koristi i čija je primjena u konstantnom porastu. „Internet stvari“ čini da stvari „razmišljaju“, da stvari „budu pametne“, da se kroz prikupljanje podataka, preko algoritama vještačke inteligencije i njihovim umrežavanjem zatvori krug komunikacije, te da ljudski faktor bude isključen.

Ključne riječi: inovacije, internet stvari, invencije

THE MEXICAN INSTITUTIONS IN THE CREATION AND CONSOLIDATION OF SMEs

**JOSÉ G. VARGAS-HERNÁNDEZ
L.E. SANDRA QUIROZ MENDOZA**

*University Center for economic and Managerial Sciences, University of Guadalajara,
Zapopan, Jalisco, 45100 México, e-mail: sandy-0107@hotmail.com,
josevargas@cucea.udg.mx*

Abstract: The institutional framework that micro, small and medium enterprises face since the creation in Mexico is extensive, but how do these institutions affect or benefit? The present research aims at the analysis of formal and informal institutions on MSMEs in Mexico. Due to the multiple formal institutions and procedures required for the operation of the company, in addition to factors such as insecurity and corruption, a large number of companies fail to consolidate and tend to disappear long after its creation.

Keywords: Institutions, Pymes, corruption

UTICAJ KLJUČNIH VARIJABLJI SA SVJETSKOG FINANSIJSKOG TRŽIŠTA NA BOSANSKOHERCEGOVAČKU EKONOMIJU

DRAGAN JOVIĆ

Centralna banka BiH, email: draganjovic@blic.net

Apstrakt: U skladu sa prethodnim istraživanjima, koja su vršena na razvijenim ekonomijama, odabrali smo grupu varijabli za konstrukciju VAR modela. Testirali smo vezu između varijabli svjetskog finansijskog tržišta i domaćih makrovarijabli, pri čemu smo u VAR modelu postavili restrikcije/ograničenja na način da be-ha ekonomske varijable ne mogu uticati na svjetske varijable. Odabrali smo varijable sa vodećeg svjetskog globalnog tržišta SAD. Ključne egzogene varijable su bile referentna kamatna stopa FED-a i indeks implicitne volatilnosti, VIX, dok je S&P500 bila kontrolna varijabla. Mjerili smo uticaj strane kamatne stope i volatilnosti, tj. neizvjesnosti, na domaće varijable; plate, CPI, zaposlenost i industrijsku proizvodnju. Svjetsko finansijsko tržište i realni sektor u Bosni i Hercegovini su povezani. Uticaj na plate, zaposlenost i industrijsku proizvodnju u BiH ima referentna kamatna stopa FED-a (FFR). Šok u FFR (rast) vodi ka kontrakciji ekonomske aktivnosti u Bosni i Hercegovini; industrijska proizvodnja pada, kao i zaposlenost i nivo plata. Rast volatilnosti na globalnom finansijskom tržištu, oličen u rastu indeksa volatilnosti VIX, negativno utiče na domaće makrovarijable, ali taj uticaj je slabiji nego uticaj FFR-a i na nižem je nivou signifikantnosti. Promjena u FFR i VIX-u imaju nizak i statistički nesignifikantan uticaj na nivo potrošačkih cijena u BiH, jer je domaći CPI pod uticajem nivou cijena u zemlji rezervne valute i svjetskih robnih cijena. Potvrdili smo radnu hipotezu o povezanosti domaće ekonomije sa ključnim varijablama na svjetskom finansijskom tržištu, a naš finalni i krajnji zaključak je da kanal kamatnih stopa (FFR) ima izuzetno jak uticaj na domaću ekonomiju i to na nivou signifikantnosti od 95% i 68% a da na be-ha ekonomiju, iako u značajno manjoj mjeri nego FFR, utiče (na nivou od oko 68%) i neizvjesnost na svjetskom finansijskom tržištu, mjerena sa volatilnošću, tj. sa korištenjem VIX-a. Buduća istraživanja na ovu temu bi trebala uspostaviti vezu između ključnih varijabli u zoni eura i makroekonomskih performansi domaće ekonomije.

Ključne riječi: vektor autoregresija, eksterni šok, realni sektor, kanal kamatnih stopa, volatilnost.

THE IMPORTANCE OF THE PERFORMANCE AND COMPETITIVENESS IMPROVEMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

SANJA KAVAZ HUKIĆ

JU BKC TK Tuzla, email: sanja_kavaz@bih.net.ba

Abstract: By adopting effective competitiveness strategies, based on upgrading the existing ones and introducing new activities and skills, today, the state can easily improve its position in the global economy and increase the welfare of its population. Those specific strategies, programs and appropriate institutional frameworks are the ones that are necessary for supporting small and medium sized enterprises, increment of their productivity and improvement of their competitiveness, both internally and on the international market. Although Bosnia and Herzegovina has experienced low growth or even stagnation in the last decade, in terms of competitiveness of the B&H economy, further implementation of the reform processes can provide not only economic and social stability, continued economic growth and more equitable society, but also can provide improvement of the competitiveness indicators and improvement of the competitive position of Bosnia and Herzegovina. More intensive exploitation of Bosnia and Herzegovina's potential in relation to the small and medium-sized sector, increasing its productivity, attracting new investments and further securing a stable and secure business environment is one of the ways of improving competitiveness and creating a brighter future for the whole country. Therefore, this paper is focused on the enormous potential that Bosnia and Herzegovina has in relation to the small and medium-sized sector, and the potential to increase its own economic growth by using, improving and encouraging small and medium entrepreneurship. The aim is to emphasize the role and importance of competitiveness of small and medium-sized enterprises in national economy, their positive impact on employment and the improvement of living standards, and to draw attention to the competitiveness and productivity as one of the main drivers of overall economic development. In view of the growing importance of small and medium-sized enterprises, if Bosnia and Herzegovina take an even more active role in improving their local and regional competitiveness, additionally ease further access to capital, advanced education system, modern technologies and new markets, Bosnia and Herzegovina may, in the near future, achieve great progress based on this sector and become a well-developed country with a strong and stable economy.

Key words: competitiveness, productivity, small and medium-sized enterprises, sustainable local development

**Korporativna interna komunikacija kao faktor
efikasnog poslovanja merena „think-feel-do“
motodom (case study)**

DRAGAN KOLEV

Panevropski univerzitet Apeiron, email: kolevcs@yahoo.com

DARKO TADIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, email: dtadic44@gmail.com

Apstrakt: U savremenom poslovanju sazreva svest da je za uspeh kompanije važna i percepcija zaposlenih o kompaniji u kojoj rade. Stoga se sve veća pažnja posvećuje istraživanju korporativne interne komunikacije. Mnoge marketinške agencije poslednjih decenija koriste jednu novu metodologiju za merenje i unapređenje interne komunikacije u korporacijama. Reč je o tzv. „razmili-oseći-uradi“ („think-feel-do“) modelu koji zastupa teoriju istraživanja kognitivnog, emotivnog i bihevioralnog dela mozga, ali i omodelu koji omogućava specifičan uticaj na svaki od ovih elemenata interne komunikacije posebno. Dakle, ova metoda se bazira na istraživanju tri segmenta interne komunikacije i pronalaženje konkretnih rešanja za njihovo unapredavanje. Ovo je novi pristup internoj komunikacije u kompanijama. Njime se prevazilaze do sada korišćeni tradicionalni koncepti istraživanja ovog fenomena. Smatra se da će ovaj metod u narednom periodu dominirati u istraživanju komunikacijskih sistema, odnosno da je on tehnika budućnosti za unapređene korporativne interne komunikacije.

Ključne reči: efikasno poslovanje, interna komunikacija, metoda „think-feel-do“,

UTICAJ BRENDNA NA POTROŠNJU I POTROŠAČA

MARKO LAKETA

Panevropski univerzitet Apeiron, email: prof.laketa@gmail.com

LUKA LAKETA

ICEPS-Internacionalni centar strukovnih studija, email: luka81@gmail.com

Apstrakt: Savremeno poslovno okruženje odlikuje se turbulentnošću i stalnim promenama koje se danas dešavaju uz pomoć tehnološkog razvoja. Da bi u takvom poslovnom okruženju kompanije opstale i stekle konkurenčku prednost morale su se prilagođavati promenama i uvoditi nove načine poslovanja, kao i načine komunikacije između učesnika na tržištu. Promene se dešavaju u svim sferama društva, a njihov tempo je veoma brz. Ekspanzija informaciono komunikacionih tehnologija su iz temelja promenile način na koji ljudi žive. Promenljivost celokupnog okruženja odrazila se i na menjanje ambijenta u kome posluju današnje kompanije. Poslovna sredina postaje sve dinamičnija dok se kompanije suočavaju sa intenzivnim, kompleksnim i nepredvidivim promenama. U današnjem okruženju, ništa nije stalno ili predvidljivo - ni rast tržišta, tražnja kupca, životni ciklus proizvoda, stopa tehnoloških promena, ili priroda konkurenčije. To je dovelo do jake konkurenčke borbe između kompanija za ostvarivanje što bolje pozicije na globalnom, regionalnom ili nacionalnom tržištu. U okviru ove konkurenčnosti kompanija, marketing i brendiranje imaju ključno mesto, kao alati za promovisanje imidža kompanije i kreiranje dodatnih vrednosti. Tokom proteklih decenija kompanije širom sveta su počele da ulažu značajna sredstva u izgradnju i razvoj brenda, kako brenda svojih proizvoda tako i korporativnog brenda. Ovaj trend je danas prisutan u svim privrednim sektorima i industrijama, pa čak i u onima koja su se tradicionalno protivila ulaganjima u proces brendiranja. Globalizacija tržišta uslovila je mogućnost izbora, a mogućnost izbora je pak uslovila potrebu za usmeravanje pažnje na krajnje potrošače, što je dovelo do toga da brend i brendiranje dobiju posebno mesto u razvoju poslovne i marketing strategije. U oštroti borbi za konkurenčku prednost na globalnom tržištu, brend postaje glavno sredstvo marketing stručnjaka jer su potrošači spremni da plate višu cenu za proizvod određenog brenda, smatrajući da im dati brend pruža onu vrednost koju konkurenčki proizvodi nisu u mogućnosti da isporuče.

Ključne reči: Brend,brendiranje,izgradnja brenda,lojalnost brendu,značaj brenda

MENADŽMENT PROMJENA KAO FAKTOR RAZVOJA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA

NERMAN LJEOVO

*Univerzitet u Travniku, Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju, Kiseljak, BiH,
email:ljovo.nerman@gmail.com*

Apstrakt: U današnjem, turbolentnom vremenu, promjena je jedina konstanta. Promjene koje dolaze iz okruženja neminovno utječu na kompanije u BiH, te iste moraju da znaju kako da se s njima bore. Menadžment promjena je jedna od oblasti menadžmenta, koja je od presudne važnosti u ovom periodu, pa je stoga fokus rada upravo na snazi bh preduzeća, menadžera i zaposlenih da se izbore sa svim izazovima okruženja. Globalizacije donosi nove stvari, kao što su inovacije u tehnologiji, inovacije u proizvodnji, inovacije u marketingu. Pitanje je kako prebroditi sve te promjene koje dolaze, kako ići u korak sa vremenom i kako održati lidersku poziciju na tržištu. U radu će se istražiti i stav menadžera, ali i zaposlenika o tome koji su to poticaji najčešći, te koje vrste promjena koje dolaze iz okruženja su najčešće u svakodnevnom poslovanju. Također, jedna od redovnih stvari u radu kompanija i provođenju promjena jeste i istraživanje razloga otpora, ali i procesa savladavanja otpora. Na kraju rada, dat će se preporuka najboljih modela za upravljanje promjenama.

Ključne riječi: menadžment, promjene, globalizacija, otpor.

PERSPECTIVES OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN CROATIA

MIHAELA MIKIĆ

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, email:mmikic@efzg.hr

MARTINA SOPTA

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, email:msopta@efzg.hr

IVANA SALINA

Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, email: msopta@efzg.hr

Abstract: Despite the lack of consensus regarding the definition of entrepreneurship, its role is unanimous – entrepreneurship represents a generator of economic development and employment in each country. However, entrepreneurial activity must be evenly distributed, regardless of gender, age, educational structure and other. In recent years, the current theme is women entrepreneurship, which in the future should take up its place in Croatia's economic development and contribute to reducing unemployment. Although women are a majority in the population, they are still a minority in entrepreneurship and face many challenges in fulfilling their entrepreneurship potential. This paper analyses the perspectives of women entrepreneurship in Croatia by starting with theoretical analysis of women entrepreneurship, ie. characteristics of women entrepreneurs, the obstacles they encounter, and the numerous motives that trigger them. Previous researches showed that there are many problems that need to be solved, one of which is a long-time gender imbalance that requires removal of stereotyped barriers and empowerment through the uprising of social awareness. In order to give better understanding of women's entrepreneurship and its role in stimulating economic growth in the Republic of Croatia, empirical research was conducted. Results show that the measures and support that facilitate programs and access to financial resources are inevitable for development of women entrepreneurship. This work should serve for a better understanding of women's entrepreneurship and its role in stimulating economic growth in the Republic of Croatia.

Key words: women entrepreneurship, Croatia, inequality, economic growth

ENTREPRENEURIAL MARKETING RESEARCH OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

ALEKSANDAR NIKOLOVSKI

FON University Skoplje, email: aleksandar.nikolovski@fon.edu.mk

LAZAR ARSOVSKI

FON University Skoplje, email: lazar.arskovski@fon.edu.mk

MAJA TRIPUNOSKA

FON University Skoplje, email: tripunoska992@gmail.com

Abstract: Entrepreneurial marketing is a feature that makes a purchase of a product or service to be satisfied, and the pleasures of buyers and buying certain products or services means improving the living standards and quality lifestyle. In order to realize the successful performance of the market must dispose of the relevant information. Information is the basis for effective at marketing behavior or entrepreneurial research especially today when technological development and globalization affect and cause very fast and significant change than ever before. Micro and macro environment, or sources of information from internal and external sources are the basis for providing the necessary marketing information. SME's are important engines of economic growth and development of a national economy.

Keywords: entrepreneurial marketing, small and medium enterprises, living standards, globalization, economic development.

**LANAC VRIJEDNOSTI KAO OSNOV KREIRANJA PROCESNE
ORGANIZACIONE STRUKTURE U JAVNOM SEKTORU -
PRIMJER: MINISTARSTVO PROSVJETE I KULTURE U VLADI
REPUBLIKE SRPSKE**

VESNA NOVAKOVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron e-mail: vesna.p.novakovic@apeiron-edu.eu

BOBAN ŠAŠIĆ

Vlada Republike Srpske, Ministarstvo prosvjete i kulture, email: bobosasic@gmail.com

Apstrakt: Javni sektor ima veoma značajnu ulogu u privrednim strukturama zemalja u tranziciji, kakva je Republika Srpska. Uvažavajući ovu činjenicu, bitno je definisati ključne aspekte poslovanja pojedinih organizacija javnog sektora i formulisati modele za njihovo poboljšanje. Najrasprostranjeniji alat za određivanje pojedinačnih elemenata poslovnog procesa je Porterov lanac vrijednosti. Lanac vrijednosti će nam, shodno iskustvenom metodu, poslužiti kao metodološka osnova za utvrđivanje mogućnosti uvođenja procesne organizacione strukture u Ministarstvo prosvjete i kulture Republike Srpske. Prema tome, postavlja se pitanje da li se i na koji način može uspostaviti procesna organizaciona struktura u Ministarstvu shodno definisanom lancu vrijednosti Ministarstva? Došli smo do zaključka da postojeća organizaciona struktura Ministarstva ima određene sličnosti sa procesnom organizacionom strukturom, kada je u pitanju broj nivoa menadžmenta. S druge strane, način upravljanja, nova organizaciona kultura, kreiranje procesnih timova, uspostavljanje povjerenja, delegiranje ovlašćenja, razvijanje funkcije uticaja umjesto funkcije kontrole su, između ostalih, ciljevi čijem se ostvarenju mora pristupiti posvećeno, ozbiljno i sa jasno definisanim planom ostvarenja.

Ključne riječi: lanac vrijednosti, javni sektor, organizaciona struktura.

THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS AND ITS INFLUENCE ON THE GERMAN ECONOMY

NADA PETRUSHEVA

FON University Skopje, email:natka.petrusheva@fon.edu.mk

ELENA JORDANOSKA

FON University Skopje, email: elena.jordanoska@fon.mk

Abstract: This article analyses the influence of the global crisis on the German economy and its sectors. The difficulties in market economy have increased since the real estate market in the USA collapsed and a worldwide economic crisis spread out. The research made by defining and analysing the main factors of German economy is the basis of the article. The research proved that **Germany was influenced by the global economic crisis in 2008 - 2009, resulting in unusually high levels of debt and losing its position in export markets.** Whereas, the successful economic recovery was caused by the German government's financially supporting programmes and new increasing investment of the shareholders in 2010.

Key words: Global crisis, financial crisis, globalization, Germany.

UTICAJ RAZVIJENOSTI SPOLJNOTRGOVINSKIH ODNOSA I MEĐUNARODNE SARADNJE NA GLOBALISTIČKI KARAKTER FLUKTUIRAJUĆIH PRIVREDNIH KRETANJA

VANJA SREDOJEVIĆ

Panевropski univerzitet Apeiron Banja Luka, e-mail: vanja.b.sredojević@apeiron-edu.eu

SLAVICA LUKIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron Banja Luka, e-mail: slavica.b.lukic@apeiron-edu.eu

SENAD TATAREVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron Banja Luka, e-mail: senad.m.tatarevic@apeiron-edu.eu

Apstrakt: Nivo razvijenosti spoljne trgovine i međunarodne saradnje uticao je na karakter fluktuirajućih privrednih kretanja u smislu njihove globalističke obuhvatnosti. Svaka vrsta krize ima svoje specifičnosti, a s tim u vezi pravovremeno prepoznavanje i tumačenje upozoravajućih signala radi neutralizacije negativnih trendova je više nego zahtjevna operacija. Industrijska revolucija u XIX vijeku predstavljala je prekretnicu u razvoju međunarodnih trgovinskih odnosa. S obzirom da je nivo razvijenosti spoljne trgovine do tada bio vrlo ograničen, tako i ekonomske krize tog doba nisu mogle poprimiti karakter globalnih u današnjem kontekstu značenja te riječi. Svaka ekonomska teorija je prihvatljiva dok daje sveobuhvatne odgovore pozitivnih ishoda primjenljivih u praksi, u suprotnom intenzivno se traga za novim rješenjima. Sa svakom novom krizom, tokom vremena, lista uzroka njihovog nastajanja se povećava, dok je usaglašen stav oko ovog, kao i pitanja mehanizama za prevazilaženje istih među ekonomistima, bio sve manje dostižan. Dž. Hiks takodje naglašava da ne postoji "ekonomska teorija za sve slučajeve života", niti se može očekivati jedinstveno mišljenje o pojedinim ekonomskim izazovima, pa tako ne postoji jedinstven stav po pitanju nastanka cikličnih fluktuacija, odnosno kriza. Nagli odliv kapitala iz nacionalnih ekonomija, nagli i visok priliv kapitala kratkoročnog karaktera neadekvatan kursni režim, rizična struktura finansijske imovine, nedostatak zakonske regulative poslovanja na finansijskim tržištima, bužetski deficiti, neopravdani budžetski suficit, su samo jedni od niza uzroka koji su izazvali odredjene vrste i oblike kriznih stanja. Putevi za prevazilaženje i izbor konstruktivnih strategija i mehanizama zavisili su od konkretnih situacija i stanja, te internih i eksternih ekonomskih potencijala država. Osvrt na XX vijek koji obiluje iskustvenim spoznajama o uzrocima i posljedicama prezivljenih kriza uključujući konjukturne, sistemske i strukturne, finansijske, valutne i dr. može nam biti čvrsta platforma budućeg suptilnog balansiranja između mogućnosti i zahtijeva u liberalizovanom okruženju nestabilnih razvojnih trendova, a sve u cilju višestrukog benefita.

Ključne riječi: spoljnotrgovinski odnosi, međunarodna saradnja, ekonomske krize, ekonomski trendovi

LOKALNI AKCIONI PLAN ZAPOŠLJAVANJA – SLUČAJ GRADA VRANJA

LJILJANA STOŠIĆ MIHAJLOVIĆ

Visoka škola primenjenih strukovnih studija u Vranju, e-mail: mihajlovicp@ptt.rs

Apstrakt: Lokalni akcioni plan zapošljavanja, predstavlja izraz lokalne politike zapošljavanja i osnovni je instrument sprovodenja aktivne politike zapošljavanja u lokalnoj zajednici. To je dokument lokalne samouprave u kojem se definišu ciljevi i prioriteti politike zapošljavanja kao dela celokupnih razvojnih ciljeva u određenom vremenskom periodu, odnosno programi i mere koji će se sprovoditi u gradu Vranju radi održanja ili povećanja zaposlenosti i smanjenja nezaposlenosti. Ciljevi izrade lokalnog plana zapošljavanja u gradu Vranju, su: identifikovanje problema, prepoznavanje grupa sa natprosečnim rizikom od nezaposlenosti, i dizajniranje mera aktivne politike zapošljavanja kojima bi se delovalo na uzroke problema i smanjile razlike u pogledu rizika nezaposlenosti. Ključna pitanja kojima se lokalni akcioni plan bavi su: kakvo je stanje na tržištu rada u gradu Vranju, šta je uticalo na takvo stanje, kakve su perspektive, koje su mere na raspolaganju, kao i koji će efekti biti postignuti. Ekonomski ambijent grada Vranja u 2014., 2015. i 2016. godini je u velikoj meri determinisan globalnim ekonomskim kretanjima, makroekonomskim kretanjima na nacionalnom nivou – naročito monetarnoj i fiskalnoj sferi, kao i procesima vezanim za svojinsku i organizacionu transformaciju ukupne privrede. Osnovni segment ekonomske politike predstavlja stvaranje poslovnog ambijenta stimulativnog za domaće i strane investitore i stvaranje uslova za lakše poslovanje. Cilj je uspostavljanje poslovnog okruženja koje će omogućiti porast stranih i domaćih investicija, ubrzavanje restrukturiranja privrede i povećanje produktivnosti i konkurentnosti privrede. Ekonomski razvoj podrazumeva sistemski i kordinisan pristup nacionalnih i lokalnih vlasti imajući u vidu sve komponente razvoja. Na privrednu grada Vranja u predhodnom periodu su pozitivno uticali kapitalni projekti poput izgradnje koridora 10, dolazak stranih investitora, rast poslovnih aktivnosti domaćih investitora a tek se očekuju i veći ekonomski efekti od daljeg razvoja Slobodne zone Vranje. Neophodno je nastaviti sa kreiranjem i implementacijom mera finansijske i nefinansijske podrške privredi, sa posebnim osvrtom na domaće investitore kao i realizacijom kapitalnih infrastrukturnih projekata.

Ključne reči: lokalni akcioni plan, zaposlenost, grad Vranje, preduzetništvo

AIR TRANSPORT MARKET CHALLENGES IN THE SOUTHEAST EUROPE

RUŽICA ŠKURLA BABIĆ

University of Zagreb, Faculty of Transport and Traffic Sciences, email: rskurla@fpz.hr

IVAN MIŠETIĆ

Atlantic Grupa, Zagreb, email: ivan.misetic@atlanticgrupa.com

ANDREJ BAJIĆ

SCDM Germany GmbH, email:Andrej.bajic@gmail.com

Abstract: Air transport industry is one of the very important business activities taking part in the global economic and social growth stimulating continuously trade expansion, employment, business and leisure travels and different modes of social interactions. The global recession in the years 2008/2009 and regional economic crisis in the countries of Southeast Europe caused weakening domestic demand for air travel. On the other hand, high increase of competition on the air transport market in the period 2008-2016 made positive influence on flows of people, goods, capital, technology and ideas. State of the economy and air transport industry in eleven Southeast Europe countries has been analyzed in all-important segments including airlines, airports and air navigation services. Air transport regional market is still undeveloped with relatively weak connections within the region. Financial achievements for selected dominant airlines in the Southeast Europe region are showing negative result and questionable sustainability of the business models in the future. Consequently, airlines in the region are implementing restructuring programs, covering staff reductions, increasing productivity, network and flight frequencies optimization, with intention to implement the privatization processes. Situation is relatively more optimistic from the point of view of leading airports in the region. Some improvements are also recognized after the implementation of functional airspace blocks but with different levels of success. Analysis of air transport infrastructure within the Southeast Europe region shows relatively low level of performance indicators compared to 136 countries worldwide in the year 2017. Leading countries in the region according to defined indicators of air transport infrastructure are Croatia followed by Montenegro. In general, analysis of Southeast Europe air transport infrastructure shows that there is a lot of space for improvement. The weakest performance was realized by Moldova and Bosnia and Herzegovina. Therefore, implementation of different restructuring measures and strategy improvements are necessary for the future surviving perspective of air transport Southeast Europe regional market.

Keyword: Air transport, Southeast Europe, competition, restructuring, airlines, airports.

LIDERSTVO I MENADŽMENT: UPRAVLJANJE SUKOBIMA

DARKO TADIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron, email: dtadic44@gmail.com

DRAGAN KOLEV

Panevropski univerzitet Apeiron, email: kolevcs@yahoo.com

Apstrakt: Efikasno liderstvo u poslovanju i menažmentu zahteva znati kako komunicirati sa svim elementima jedne organizacije, uključujući zaposlene, druge menadžere, kupce i investitore. Svaka grupa može zahtevati posebne komunikacijske i liderske stilove. Lideri moraju biti sposovni da se prilagode svakoj grupi posebno i ostvare komuniciraju sa njima. Efikasne komunikacijske veštine su obavezan aspekt portofilia veština i iskustva svakog lidera. Lideri u organizacijama su obavezni svakodnevno komuniciraju sa različitim vrstama ljudi i to u raznim situacijama. Iz tog razloga lider mora biti sposoban da vešto nagrađuje, pregovara i rešava različite sukobe i prilagodi posebnu komunikaciju u skladu sa tim. Rešavanje sukoba je najvažnija od svih njih. Više je nego očigledno da komunikacione veštine zauzimaju centralno mesto u merenju efikasnosti uspeha lidera, u poslovima predvođenja i upravljanja poslovnim sistemima i menadžmentu. Uspešno rešavanje sukoba u interpesonlanoj komunikaciji je najčešći oblik intervencije u saobraćaju lidera i njegovih sledbenika. Od veštine upravljanja sukovima i njihovog rešavanja na najpovoljniji način često zavisi i dugoročni uspeh svakog poslovnog sistema.

Ključne reči: Liderstvo, menadžment, veštine komunikacije, sukobi

AIR TRANSPORT PRIVATIZATION TRENDS

MIRKO TATALOVIĆ

*University of Zagreb, Faculty of Transport and Traffic Sciences,
email:tatalovic.mirko@gmail.com*

JASMIN BAJIĆ

Croatia Airlines Zagreb, email: jasmin.bajic@croatiaairlines.hr

VEDRAN ŠUPUKOVIĆ

CIAK, d.o.o. Zagreb, email:vedran.supukovic@ciak.hr

Abstract: Processes of air transport deregulation, liberalization and privatization together with cost efficiency and productivity improvements were leading to the consolidation of aviation sector. To understand the necessity for privatization processes it is important to consider the basic principles and practical results and consequences of privatization. In case of airline privatization trends, it is obvious that this process is very intensive, but without success guarantee on the air transport market. Development of airline partnership leading to privatization has continuity of progress starting from 1970: interline, code share agreements, antitrust immunity, global alliances, joint venture agreements, mergers, acquisitions. Analysis of European airlines members of Association of European Airlines in the period 1991-2015 is confirming trends of privatization for solving the problem of “distressed state airline syndrome”. Increasing competition, fuel prices volatility, fast technological changes and improvements, e-Commerce expansion, customer centricity and personalization were leading to optimization of airline business model. In that context different models of privatization were developed. Airline foreign ownership and control rules is one of the limiting factors in privatization processes worldwide. Unlike airlines, the ownership structure is not the central question of an airport privatization with different structure of solutions in practice. Potential risks during airport privatization should be taken into consideration. The most important risks are under and unnecessary investments, concession rules and fees, increase in non-regulated aviation fees and other conflicts of interest connected with possible regulatory interventions. In the sector of Air Navigation Services or Air Traffic Control, privatization is not so frequent but still existing. From government perspective, it is important that selected operator should be well reputed, financially stable and experienced enough. Main risks during privatization process are possible bankrupt, non-adequate safety requirements, implementation and conflict of interest between the involved entities. Analysis of air transport privatization points out complexity of different options in process of sustainability in very dynamic global changes and challenges on the aviation market.

Key words: Air transport, privatization, airlines, airports, air navigation services.

COSO OKVIR I ORGANIZOVANJE INTERNE REVIZIJI ZA BORBU PROTIV PREVARA

DARKO TOMAŠ, IGOR TODOROVIĆ, ZDRAVKO TODOROVIĆ

Univerzitet u Banja Luci, Ekonomski fakultet, email:zdravko.todorovic@ef.unibl.org

Apstrakt: Pošto je nemoću kopirati određene uspješne programe ili strategije borbe protiv prevara, mnoge organizacije su razvile svoje programe za borbu protiv prevara koji odgovaraju njihovom poslovanju, zakonodavstvu i poslovnoj kulturi. U radu se posmatra uloga interne reviziji u borbi protiv prevara. Pored toga istaražuje se način organizovanja interne revizije za borbu protiv prevara. Predstavljen je COSO okvir, koji tradicionalno služi za organizovanje službe interne kontrole, kao mogući okvir za organizovanje službe interne revizije u borbi protiv prevara. Prema tom modelu program borbe protiv prevara treba da ima pet cjelina i to: uspostavljanje kontrolnog okruženja za borbu protiv prevara, procjena rizika od prevara, protivprevarne kontrolne aktivnosti, informacije i komunikacije o prevarama i praćenje aktivnosti borbe protiv prevara.

Ključne riječi: prevara, interna revizija, program borbe protiv prevara, COSO okvir

EKONOMIJA MALIH LEŽIŠTA MINERALNIH SIROVINA KAO OBJEKATA POGODNIH ZA AKTUELNE INVESTICIJE U MINERALNOM SEKTORU

RADULE TOŠOVIĆ

*Katedra ekonomске geologije, Rudarsko-geološki fakultet, Univerzitet u Beogradu,
email:toshovic@yahoo.com*

Apstrakt: Savremena proizvodnja različitih metaličnih, nemetaličnih i energetskih mineralnih sirovina u mineralnom sektoru, u sadašnjim uslovima rastuće tražnje od strane različitih privrednih delatnosti, dominantno potiče iz velikih proizvodnih kapaciteta. U proizvodno-ekonomskom sagledavanju njihovih karakteristika posebno se ističu sledeće: (a) velike potrebne investicije u geološko istraživanje mineralnih rezervi velikih ležišta, izgradnju rudnika i proizvodno aktiviranje; (b) dug vremenski period od pronalaženja ležišta do početka eksploatacije i proizvodne valorizacije (ponekada i više od 10 godina); (c) duži period povraćaja uloženih kapitalnih sredstava; (d) smanjena fleksibilnost u izmenama proizvodnog procesa i promenama strukture mineralno-sirovinske proizvodnje; (e) veći ekološki troškvi po osnovi većeg uticaja na životnu sredinu i njene medijume; (f) veći profiti u dužem vremenskom periodu obezbeđenosti predmetnih rezervi; (g) obezbeđenje posla i materijalne egzistencije za veći broj radnika i njihovih porodica i dr. Ekonomска analiza malih ležišta, odnosno malih rudarskih kapaciteta, polazi od tri značajna aspekta, i to: (a) genetskih uslova nastanka ležišta, (b) uslova i načina geoloških istraživanja i (b) ekonomije proizvodnog aktiviranja i iskorишćenja ležišta. Genetski aspekt se odnosi na činjenicu da je kroz različite genetske procese, u geološki različitim terenima, došlo do formiranja relativno manjeg broja unikatno velikih ležišta i znatno više upravo malih ležišta sa malim mineralnim rezervama. Aspekt istraživanja obuhvata otežane uslove pronalaženja malih ležišta s obzirom na dimenzije, ali znatno jednostavnije istraživanje, manji obim istražnih radova, kraći period prostornog, kvantitativnog i kvalitativnog definisanja ležišta kao ekonomskog objekta i manje ukupne troškove istraživanja. U savremenom trenutku razvoja i funkcionalisanja mineralnih ekonomija Srbije i Republike Srpske mala ležišta su posebno pogodni geološko-ekonomski objekti za male investicije i malo i srednje preduzetništvo. Za deo mineralnih sirovina, kao što tehnički kamen, odnosno kamenolomi, kao i opekarske sirovine za ciglane postoji višedecenijsko iskustvo i praksa, koji su pokazali isplativost u kratkom vremenskom periodu, uz relativno mala potrebna investiciona sredstva i relativno brz obrt novčanih sredstava. Navedeno ima poseban ekonomski značaj u uslovima kada mineralne ekonomije Srbije i Republike Srpske pokušavaju privući nove investicije, otvarati nova radna mesta, povećavati obim bazične materijalne i prerađivačke proizvodnje i obezbediti privredni i ekonomski rast i razvoj u sklopu predstojećih privrednih, ekonomskih i političkih integracija na putu ka razvijenim mineralnim i nacionalnim ekonomijama.

Ključne reči: mineralna ekonomija, mala ležišta, investicije, mineralni sektor.

STRATEGIC MANAGEMENT, ORGANIZATIONAL MODELS AND SUSTAINABILITY OF BUSINESS ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

MIRKO TRIPUNOSKI, BORCHE SIBINOVSKI, FISNIK FERATI

FON University Skopje, email: mirko.tripunoski@fon.edu.mk

Abstract: Technological development, innovations and globalization basically generate constant changes in the business entrepreneurship structure in the Republic of Macedonia, while there is also a notable emergence of other small and medium-sized entrepreneurship. On one hand, there is extreme rarity of those which exist longer, advance and upgrade themselves successfully. On the other hand, there is a frequent emergence of a large number of small and medium-sized businesses, however, according to the experiences and the remarks made by experts and consultants, new businesses possess a limited capacity for strategic management and planning, because they find it difficult to define the medium-term and long-term goals when preparing their business plans. Business entrepreneurs should be able to respond to the changes and challenges, ensure continuous success and protect themselves from surprises; hence in the process of their engagement it is indispensable for them to use various methods, concepts and techniques which will contribute to achieving maximum efficiency and effectiveness of the company. By facing the fast changeability and the turbulent and complex social environment, SMEs accept strategic management as a counterbalance where modern managers are required to possess the skillset and the knowledge for implementing advanced concepts for the purpose of organizational development where the main task will be to enable rational and timely reaction to the changes in their working environment. Regardless of whether they are small, medium-sized or big, managers and entrepreneurs in the business field are mostly preoccupied with their current tasks and handling ongoing issues whilst basically losing perception of their priorities and final goals. Therefore, it is necessary to practice strategic management.

Key words: development, technology, entrepreneurship, models, concepts.

STANJE I TRENDLOVI KAMATNIH STOPA NA TRŽIŠTU NOVCA

BOGDANA VUJNOVIĆ-GLIGORIĆ

Panевropski univerzitet Apeiron Banja Luka, email: bogdana-vujnovic@yahoo.com

NINA UREMOVIĆ

Panevropski univerzitet Apeiron Banja Luka, email: nina.d.uremovic@apeiron-edu.eu

ZUMRETA GALIJAŠEVIĆ

Sveučilište/Univerzitet „Vitez“ u Vitezu, email: zumreta.galijasevic@gmail.com

Apstrakt: Sa procesom globalizacije kamata postaje značajan referentni pokazatelj djelotvornosti politike banaka na tržištu novca. S tim u vezi fokus istraživanja su međuzavisnost kamatne stope centralne banke i kamatnih stopa međubankarskog tržišta novca (EONIA, EURIBOR, LIBOR SONIA i OIS). Rad analizira kretanje referentnih kamatnih stopa i njihovu promjenjivost kroz vrijeme u zavisnosti od efekta koji monetarne vlasti žele postići. Na bazi istraženih rezultata proučena je i međuzavisnost u kretanju kamatnih stopa međubankarskog tržišta novca u periodu od 2006-2016.godine i utvrđena njihova pozitivna korelacija. Nasuprot tome, referentne kamatne stope vodećih centralnih banaka su se kretale u skladu sa ciljevima monetarnih vlasti, tako da su i kretanja imala različite smjerove. Centralna banka BiH se tokom posmatranog perioda prilagođavala izmjenjenim kamatnim stopama na finsnijaskim tržištima instrumenata denominovanih u evro i stopama prinosima. Korelacija između kamatne stope Evropske centralne banke za glavne operacije refinansiranja i prosječne ponderisane kamatne stope centralne banke BIH se opravdava prisustvom valutnog odbora.

Ključne riječi: kamatne stope, tržišta novca, LIBOR, EURIBOR, EONIA

SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP IN KOSOVO - CHALLENGES AND BARRIERS

YLL MEHMETAJ

University of Pristina, email: mehmetaj.yill@gmail.com

Abstract: The small and medium enterprises play an important role to the national economy, and country's development. This fact proves the impact that they have on the employment indicators of the private sector, on the contribution of national incomes and on the level of population welfare. In the economic and social conditions that Kosovo faces itself today, the development of the small business enterprises occupies a primary place as well as an important role too. The present investigation aims to identify and analyse the main indicators that affect the success and the growth of the small and medium enterprises (SME), hereupon in their performance, as well as the challenges and barriers faced by these enterprises during their day-to-day operation. Based on the periodic research conducted by the Agency for Support to Small and Medium Enterprises, as well as on the basis of research done by other institutions, both domestic and international, as well as on the basis of my own research there is a consensus that the barriers to doing business in Kosovo are numerous and of different natures.

The main barriers and challenges facing SMEs are macroeconomic factors: Lack of Electricity, High Interest Rates, Rule of Law, Informal Economy, etc.

Key words: Performance of SME, Challenges, Barriers, Kosovo

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна и универзитетска библиотека
Републике Српске, Бања Лука

339.923:061.1EU(497)(048.3)
316.32(4-672EU+497)(048.3)

МЕЂУНАРОДНИ научни скуп о економском развоју и животном стандарду "EDASOL 2017 - Economic Development and Standard of Living" (7 ; 2017 ; Бања Лука)

Knjiga apstrakata [Електронски извор] / VII Međunarodni naučni skup o ekonomskom razvoju i životnom standard "EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living", Banja Luka, 27-28. oktobar 2017. = The Book of Abstracts / 7th International Scientific Conference on economic development and standard of living "EDASOL 2017 - Economic development and Standard of living", Banja Luka, October 27-28, 2017. ; urednici = editors Zorka Grandov, Sanel Jakupović. - Banja Luka : Panevropski univerzitet Apeiron, 2017. - (Edicija Ekomska biblioteka ; knj. 122)

Način pristupa (URL): <http://www.edasol-au.com/temp/knjiga-apstrakata-edasol-2017.pdf>. - Radovi na srp. i engl. jeziku.

ISBN 978-99976-34-15-3
a) Европска унија - Интеграције - Западни Балкан - Апстракти

COBISS.RS-ID 6850840

Partneri:



TAMBOVSKI
DRŽAVNI UNIVERZITET
(Rusija)



INTERNATIONAL
BURCH
UNIVERSITY

INTERNACIONALNI BURCH
UNIVERZITET, Sarajevo (BiH)



Univerzitet u Novom Sadu
Ekonomski Subotica
fakultet

EKONOMSKI FAKULTET
U SUBOTICI,
Univerzitet u Novom Sadu (Srbija)



Univerza v Mariboru
Fakulteta za logistiko

FAKULTET ZA LOGISTIKU,
Univerzitet u Mariboru, (Slovenija)



SVEUČILIŠTE SJEVER Varaždin,
(Hrvatska)



FON UNIVERZITET SKOPLJE,
EKONOMSKI FAKULTET
(Makedonija)

Panevropski univerzitet "APEIRON"
78000 Banja Luka, Pere Krece 13, BiH/RS

