

**Ishak Mešić**

**OSNOVE STRATEGIJE RAZVOJA TRGOVINE U  
BOSNI I HERCEGOVINI**

**THE ELEMENTS OF TRADE DEVELOPMENT  
STRATEGY IN BOSNIA AND HERZEGOVINA**

***Sažetak***

*Ova studija istražuje trgovinu u Bosni i Hercegovini, njen sadašnji nivo razvoja i potrebu tranzicije od klasične i usitnjene trgovine u pravcu razvoja integralne i globalne trgovine, koja će postepeno preuzimati sve veći broj marketinških funkcija i postati aktivan korektor proizvodnje prema zahtjevima i potrebama krajnjih potrošača.*

*Komparativna analiza trgovine Bosne i Hercegovine s trgovinom u evropskim zemljama pokazuje da je postignuto određeno strukturno približavanje trgovine Bosne i Hercegovine prema strukturi trgovine u Evropskoj uniji. Sektorska struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine u 2003. godini približila se sektorskoj strukturi Evropske unije u pogledu učešća zaposlenih i strukturi prometa po djelatnostima. Međutim, kada je u pitanju sektorska struktura broja preduzeća, trgovina BiH pokazuje drastičan raskorak u odnosu na Evropsku uniju. Relativna struktura prometa trgovine u Bosni i Hercegovini približila se strukturi trgovine u Evropskoj uniji. Međutim, apsolutne veličine prometa pokazuju drastično zaostajanje trgovine Bosne i Hercegovine za trgovinom Evropske unije.*

*Za uspješan nastavak tranzicije trgovine u Bosni i Hercegovini neophodno je da se nastavi političko-pravna transformacija, koja će rezultirati boljom regulacijom tržišta. Potrebno je da se na nivou države Bosne i Hercegovine definiira jedinstvena trgovačka politika, donese jedinstvena zakonodavna regulativa i izvrši ustrojstvo*

*jedinstvenih državnih organa, koji su nadležni za integralnu kontrolu robnonovčanih tokova na cijelom području Bosne i Hercegovine.*

*Trgovina Bosne i Hercegovine treba da nastavi putem daljnje tranzicije kroz restrukturiranje upravljanja, razvoj marketing koncepcije, tranziciju od klasične prema razvoju savremene trgovine, globalizaciju i internacionalizaciju trgovine, povećanje učešća elektronske trgovine i uvođenje međunarodnih standarda u trgovinu Bosne i Hercegovine.*

***Ključne riječi:*** *trgovina, preduzeće, promet, zaposleni, struktura*

### ***Summary***

*This study researches the trade in Bosnia and Herzegovina, its development and transition from the classical and fragmented into the integral and global trade that will gradually undertake more and more marketing functions and become an active corrector of production in accordance with the demands and needs of final consumers.*

*The comparative analyses of the trade in BiH has shown a certain structural approach of the trade in Bosnia and Herzegovina to the trade structure in the European Union.*

*The sector structure of the distributive trade in Bosnia and Herzegovina in 2003 approached to the sector structure of the European Union with reference to the participation of the employed and the structure of the turnover within each activity. However, as to the issue of the sector structure of the number of companies, the trade in BiH has shown a drastic discrepancy in relation to the European Union.*

*A relative structure of the trade turnover in Bosnia and Herzegovina came closer to the trade structure in the European Union. However, the absolute magnitudes of the turnover have shown a drastic lagging of the BiH trade behind the trade in the European Union.*

*To ensure a successful continuation of the transition of trade in Bosnia and Herzegovina, it is essential to continue with the political-legal transformation that will result in a better regulation of the market. It is necessary to regulate at the level of Bosnia*

*and Herzegovina a unified trade policy, establish a unified legal framework and to establish unified state authorities competent for the integral control of commodities and monetary flows.*

*The trade in Bosnia and Herzegovina should continue with the further transition through: the restructuring of management, development of marketing conception, transition from the classical to the development of contemporary trade, globalization and internalization of trade, the increase of the electronic trade participation as well as the introduction of the international standards in the trade of Bosnia and Herzegovina.*

**Key words:** *trade, company, turnover, employees, structure*

## **Uvod**

Bosna i Hercegovina se nakon raspada bivše Jugoslavije našla na raskrsnici političkih i ekonomskih puteva u turbulentnom svjetskom okruženju. Iako geografski pripada Evropi, svojom naslijeđenom političko-ekonomskom strukturom uveliko zaostaje za razvijenim evropskim ekonomijama.

U cilju usklađivanja političko-ekonomskog razvoja s razvojem u savremenom svijetu, Bosna i Hercegovina je kao i mnoge druge bivše socijalističke zemlje krenula putem tranzicije kako političkog tako i ekonomskog sistema. Proces tranzicije u Bosni i Hercegovini odvija se u daleko težim uvjetima nego u drugim zemljama. Ratne posljedice unazadile su ionako razvojno zaostalu privredu, usložile su političku i ekonomsku okolinu, kao ambijent za privrednu tranziciju.

Promjene političkog i ekonomskog sistema imaju za cilj da osiguraju makroekonomski ambijent za bržu i efikasniju tranziciju i restrukturiranje privrede. Nakon sistemskih opredjeljenja za prelazak na tržišnu privredu, trgovina je jedna od prvih djelatnosti u koju je najprije i najbrže počeo ulaziti privatni sektor. Od početka prelaska na tržišnu privredu pa do danas dogodile su se velike promjene kako u marketing okolini tako i u samoj trgovačkoj djelatnosti kroz izmjenu ne samo njene sektorske i organizacijske strukture, izražene brojem i vrstom trgovačkih subjekata, nego i promjene u strategijama njenog tržišnog nastupa. Ove velike promjene koje su se dogodile u djelatnosti trgovine nisu skoro nikako ili su vrlo malo naučno obrađene.

Zbog toga je **predmet istraživanja** ove studije trgovina u Bosni i Hercegovini: njeno stanje i njena strategija razvoja. Suštinski značaj ove teme proizlazi iz uloge i značaja trgovine u ukupnoj privredi, te međuzavisnosti između privrednog razvoja i trgovine.

U savremenoj svjetskoj privredi odvijaju se procesi izgradnje integralne i globalne trgovine, koja preuzima sve veći broj marketinških funkcija i postaje aktivnim realizatorom marketing aktivnosti proizvođača. Trgovina na malo obavlja sve veći broj marketing funkcija i postaje nosilac obavljanja marketing aktivnosti između proizvođača, trgovine na veliko i potrošača

## **1. Razvoj i tranzicija trgovine u Bosni i Hercegovini**

### **1.1. Vlasnička transformacija državne trgovine**

Napuštanje socijalističkog koncepta privrede zahtijevalo je transformaciju državnog vlasništva u privatno vlasništvo u privredi. Trgovina, kao tercijarna djelatnost, među prvim djelatnostima ulazi u proces privatizacije. Prelaskom na tržišnu privredu, djelatnost trgovine se počela privatizirati kroz paralelno uvođenje privatnog sektora trgovine, čiji snažniji intenzitet dolazi do izražaja nakon donošenja Zakona o preduzećima u 1988. godini.<sup>1</sup>

Nakon raspada bivše države Jugoslavije, Bosna i Hercegovina je preuzela od bivše Jugoslavije Zakon o društvenom kapitalu i Zakon o preduzećima.<sup>2</sup>

Ratno stanje u Bosni i Hercegovini zaustavilo je proces privatizacije državnih preduzeća, tako da je u privrednim preduzećima ostao dominantan društveni kapital. Tokom rata dolazi do cijepanja integralne ekonomske politike Bosne i Hercegovine, jer su različite političke snage na pojedinim dijelovima teritorije BiH imale i različita političko-pravna rješenja.

Tokom rata, u 1994. godini, zvanična bosanskohercegovačka vlast donosi novi Zakon o preduzećima i Zakon o pretvorbi dru-

---

<sup>1</sup> Zakon o preduzećima, Službeni list SFRJ 77/88, Beograd, 1988.

<sup>2</sup> Zakon o preduzećima, Službeni list BiH 2/92, Sarajevo, 1992.

štvene svojine,<sup>3</sup> na osnovu kojih se društvena imovina pretvara u državnu, a prijeratni privatizirani dionički kapital podvrgava se naknadnoj reviziji prethodno izvršene vlasničke transformacije.

Nakon rata, prioritetan privredni zadatak postaje privatizacija državnog kapitala u privredi. Shodno takvom opredjeljenju, na nivou Federacije BiH donosi se Zakon o privatizaciji preduzeća.<sup>4</sup> Pravna važnost ovog zakona odnosi se samo na područje Federacije BiH, dok Republika Srpska donosi posebne zakone o privatizaciji koji se odnose na privredne subjekte na području tog entiteta. Prema navedenom Zakonu o privatizaciji, trgovačka preduzeća na području Federacije BiH su se mogla privatizirati kroz tri oblika:

- Javnu prodaju dionica (velika privatizacija);
- Javnu prodaju imovine (mala privatizacija); i
- Javnu kombiniranu prodaju i dionica i imovine (kombinirana privatizacija).

Osim ovog zakona, doneseno je još niz propisa koji omogućavaju praktičnu realizaciju Zakona o privatizaciji.

Konkretni koraci u pravcu provođenja procesa privatizacije počeli su tek u 1999. godini. Krajem 2000. godine raspisan je prvi javni poziv za upis dionica u periodu od 30. oktobra 2000. godine do 26. februara 2001. godine. U prvom javnom pozivu za upis dionica ponuđen je državni kapital privrednih preduzeća u vrijednosti od 2.612.593.686,00 KM.<sup>5</sup> U prvom krugu javnog upisa dionica privatizirano je samo 8,8% ponuđenog državnog kapitala.

Drugi krug za javni upis dionica počeo je u aprilu i trajao do kraja maja 2001. godine. Drugi krug je okončao javni upis dionica za ponuđena preduzeća. U periodu od 1999. do kraja maja 2003. godine privatiziran je najveći broj preduzeća iz svih privrednih djelatnosti.

---

<sup>3</sup> Zakon o preduzećima i Zakon o pretvorbi društvene svojine, Službeni list BiH 33/94, Sarajevo, 1994.

<sup>4</sup> Zakon o privatizaciji preduzeća, Službene novine Federacije BiH broj 27/97, Sarajevo, 1997.

<sup>5</sup> Dnevni avaz: "Preliminarni rezultati upisa", Sarajevo, 3. april, 2001, str. 27-38.

## 1.2. Razvoj privatnog sektora i promjena strukture trgovine

Makroekonomski ambijent i marketing okolina, izraženi kroz neefikasnost fiskalne politike, neriješene poslijeratne političke i ekonomske podjele i probleme, neefikasna i politički parcijalna kontrola državnih granica i robno-novčanih tokova, sve do ustrojstva jedinstvene državne granične službe, doprinijeli su u prvim poslijeratnim godinama još većem razvoju nelojalne konkurencije i šverca. Takva situacija nepovoljno je utjecala na razvoj legalne trgovine, a posebno je rezultirala drastičnim padom tržišnog udjela društvenog sektora trgovine.

S druge strane, privatni sektor trgovine rastao je kako kroz broj subjekata tako i kroz sve veće tržišno učešće u prometu roba. Međutim, i privatni sektor trgovine je dosta usitnjen, bez značajnijih oblika međusobnog povezivanja.

Dominaciju privatnog sektora trgovine u Bosni i Hercegovini prikazat ćemo kroz dvije naredne tabele.

Tabela br. 1: Broj trgovačkih preduzeća u FBiH prema obliku vlasništva - 31. 12. 2002.

| Djelatnost           | Vlasništvo |                     |                    |                      |                     |                      |                 |
|----------------------|------------|---------------------|--------------------|----------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
|                      | Ukupno     | Privatno vlasništvo | Državno vlasništvo | Društveno vlasništvo | Zadružno vlasništvo | Mješovito vlasništvo | Nema vlasništva |
| Trgovina             | 10.385     | 10.170              | 84                 | 10                   | 13                  | 108                  | -               |
| Ukupna privreda i dd | 29.710     | 21.636              | 1.840              | 74                   | 173                 | 475                  | 5.512           |
| % učešća trgovine    | 34,95 %    | 47,00 %             | 4,5 %              | 13,51 %              | 7,51 %              | 22,74 %              | -               |

Izvor: Federalni zavod za statistiku; <http://www.fzs.ba/Reg/>, Sarajevo, 29. 8. 2003.

Učešće broja privatnih u ukupnom broju preduzeća kod trgovine iznosi čak 97,93%, a kod cjelokupne privrede iznosi 72,82%, što potvrđuje skoro potpuni završetak vlasničke tranzicije trgovine u Federaciji BiH.

Slična situacija je i u Republici Srpskoj. Broj i struktura trgovačkih preduzeća u Republici Srpskoj vidi se iz sljedeće tabele:

Tabela br. 2: Vlasnička struktura trgovačkih preduzeća u Republici Srpskoj BiH

| Godina | Broj trg. radnji<br>(Obrtnici - STR) | Broj registriranih<br>trgovačkih<br>preduzeća | Broj trgovačkih preduzeća koje prati statistika |                       |             |
|--------|--------------------------------------|---|---|-----------------------|-------------|
|        |                                      |   | Državna, zadružna<br>i mješovita pred.          | Privatna<br>Preduzeća | U k u p n o |
| 2001   | -                                    | 5.000   | 422   | 574                   | 996         |
| 2002   | 6.950                                | 7.500   | 448   | 1.846                 | 2.294       |
| 2003   | -                                    | 6.169   | -   | -                     | 2.204       |

Izvor: Mjesečni statistički pregled 4/2002, str. 48, RZS RS Banjaluka.

Podaci o broju preduzeća dobiveni od RZS RSRS, po zahtjevima od 20. 5. 2003. i od 17. 5. 2004.

Ukupan broj registriranih privrednih preduzeća u Republici Srpskoj 31.12. 2003. godine iznosio je 16.015, od kojih je 6.169 trgovačkih preduzeća, ili 38,5%.<sup>6</sup>

Sektorsku strukturu distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini ilustriraju podaci iz sljedeće tabele:

Tabela br. 3 : Struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine

| Elementi                                       | Broj preduzeća | Promet u 000 KM   | Broj radnika  | Broj prodavnica | Zalihe u 000 KM |
|--|----------------|-------------------|---------------|-----------------|-----------------|
| <b>Trgovina na veliko - 2005. godina</b>       | -              | <b>9.046.748</b>  | -             | -               | -               |
| <b>Trgovina na malo - 2005. godina</b>         | -              | <b>5.677.657</b>  | -             | -               | -               |
| <b>Distributivna trgovina - ukupno - 2005.</b> | -              | <b>14.724.405</b> | <b>59.422</b> | -               | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | 10.563         | 9.754.834         | 34.099        | 4.155           | 1.238.647       |
| - Republika Srpska                             | -              | 4.969.571         | 25.323        | -               | -               |
| Distributivna trgovina 2004.                   |                | 10.722.734        | 54.799        | 8.292           | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | 9.831          | 6.523.266         | 31.365        | 4.029           | 960.087         |
| - Republika Srpska                             | -              | 4.199.468         | 23.434        | 4.263           | -               |
| <b>Distributivna trgovina 2003. - UKUPNO -</b> | <b>15.174</b>  | <b>7.668.871</b>  | <b>50.451</b> | <b>7.889</b>    | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | 9.005          | 4.453.956         | 29.407        | 3.982           | 705.164         |
| - Republika Srpska                             | 6.169          | 3.214.915         | 21.044        | 3.907           | -               |
| <b>Trgovina motornim vozilima i gorivom</b>    | <b>1.394</b>   | <b>976.824</b>    | <b>3.936</b>  | <b>818</b>      | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | *902           | 517.064           | 1.776         | 350             | 44.472          |
| - Republika Srpska                             | 492            | 459.760           | 2.160         | 468             | -               |
| Trgovina na veliko motornim vozilima           | -              | 219.748           | 352           | -               | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | -              | 101.896           | 188           | -               | 18.249          |
| - Republika Srpska                             | -              | 71.017            | 164           | -               | -               |
| Trgovina na malo mot.vozilima i gorivom        | -              | 798.512           | 3.584         | 818             | -               |
| Od toga:                                       |                |                   |               |                 |                 |
| - Federacija BiH                               | -              | 415.168           | 1.588         | 350             | 26.223          |
| - Republika Srpska                             | -              | 388.743           | 1.996         | 468             | -               |

<sup>6</sup> RZS RS, Banjaluka, podaci po zahtjevu autora od 17. 5. 2004.



|   |              |                  |               |              |          |
|---|--------------|------------------|---------------|--------------|----------|
| <b>Trgovina na veliko bez trg. motor. vozilima</b>    | <b>8.477</b> | <b>4.060.389</b> | <b>19.441</b> | -            | -        |
| Od toga:  |              |                  |               |              |          |
| - Federacija BiH                                      | *4.470       | 2.147.489        | 11.741        | -            | 356.200  |
| - Republika Srpska                                    | 4007         | 1.912.900        | 7.700         | -            | -        |
| <b>Trgovina na veliko – ukupno -</b>                  | <b>-</b>     | <b>4.280.137</b> | <b>19.957</b> | <b>-</b>     | <b>-</b> |
| Od toga:  |              |                  |               |              |          |
| - Federacija BiH                                      | -            | 2.249.385        | 11.929        | -            | 374.449  |
| - Republika Srpska                                    | -            | 1.983.917        | 7.864         | -            | -        |
| <b>Trgovina na malo bez trg. motor. voz. i goriv.</b> | <b>5.303</b> | <b>2.297.786</b> | <b>23.715</b> | <b>7.071</b> | <b>-</b> |
| Od toga:  |              |                  |               |              |          |
| - Federacija BiH                                      | *3.633       | 1.455.531        | 12.531        | 3.632        | 284.627  |
| - Republika Srpska                                    | 1.670        | 842.255          | 11.184        | 3.439        | -        |
| <b>Trgovina na malo – ukupno -</b>                    | <b>-</b>     | <b>3.101.697</b> | <b>27.299</b> | <b>7.889</b> | <b>-</b> |
| Od toga:  |              |                  |               |              |          |
| - Federacija BiH                                      | -            | 1.870.699        | 14.119        | 3.982        | 310.850  |
| - Republika Srpska                                    | -            | 1.230.998        | 13.180        | 3.907        | -        |
| Ostale djelatnosti - područje FBiH                    | -            | <b>168.781</b>   | <b>3.237</b>  | -            | 14.829   |
| Izvoz - područje FBiH                                 | -            | <b>165.091</b>   | <b>122</b>    | -            | 5.036    |

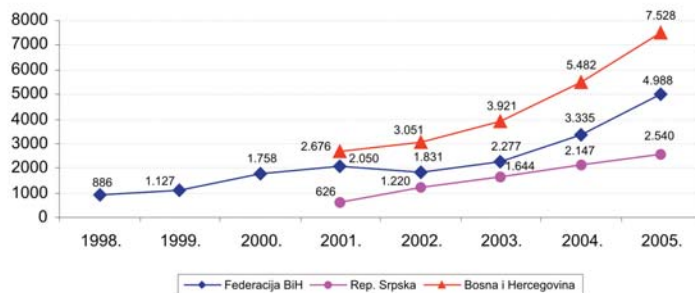
Napomena: Podaci bez Brčko Distrikta. \*Procjena na bazi strukture od 28. 4. 2003. i broja trg. preduzeća od 31. 12. 2003.

Izvori: Statistički godišnjak FBiH 2003, 2004, 2005. <http://www.fzs.ba>; Statistika unutrašnje trgovine, St. bilten 1/2006, Kvartalni statistički pregled, brojevi 1, 2, 3 i 4/2003, 4/2005, RZSRS, <http://www.rzs.rs.ba>; Akt RZS RS broj 1107-1/2003, od 16. 5. 2003; Podaci RZS RS, po zahtjevu autora, od 17. 5. 2004. Podaci FZS FBiH, od 11. 5. 2004.

Prethodna tabela dala je cjelovitu sliku strukture distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini, prema pretežnoj djelatnosti. Iz tabele se vidi porast cjelokupne trgovine u 2004. i 2005. godini. Tako je promet distributivne trgovine porastao za 39,8% u 2004., a za 37,3% u 2005. godini.

Trend porasta visine prometa distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini u nekoliko posljednjih godina može se vidjeti iz sljedeće slike:

**Slika broj 1 - Kretanje prometa distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini, u milionima EUR**



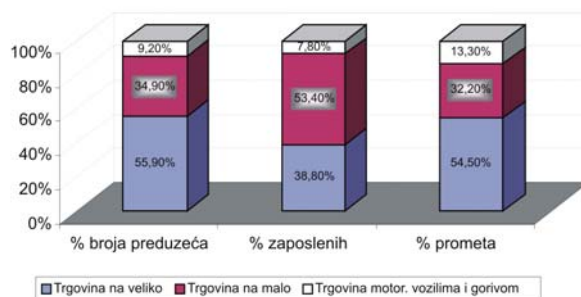
Izvori: SG FBiH 2002, 2003, 2004. i 2005. <http://www.fzs.ba>; Statistika unutrašnje trgovine, St. bilten 1/2006, RZSRS, Kvartalni statistički pregled, broj 4/2003, 4/2004 i 4/2005. RZSRS, <http://www.rzs.rs.ba>.



Prethodna slika pokazuje veliki porast prometa distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini. Međutim, ovaj porast nije toliko rezultat porasta kupovne moći, nego je više rezultat jačanja državne kontrole robnih tokova i povećanja učešća legalne trgovine na tržištu.

Sektorsku strukturu distributivne trgovine Bosne i Hercegovine najbolje pokazuje sljedeća slika:

Slika broj 2 - Sektorska struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine, 2003.



Izvori: Statistički godišnjak FBiH 2003, Sarajevo, 2004, <http://www.fzs.ba>; Kvartalni statistički pregled, brojevi 1, 2, 3 i 4/2003, RZSRS, <http://www.rzs.rs.ba>; Akt RZS RS broj 1107-1/2003, od 16. 5. 2003; Podaci RZS RS, po zahtjevu autora, od 17. 5. 2004. Podaci FZS FBiH, po zahtjevu autora od 11. 5. 2004.

Iz prethodne slike se vidi da trgovina na veliko ostvaruje 54,5%, trgovina na malo 32,2% i trgovina motornim vozilima i gorivom 13,3% od ukupnog prometa u distributivnoj trgovini.

## 2. Analiza sadašnjeg stanja trgovine u Bosni i Hercegovini

### 2.1. Uloga i značaj trgovine u ukupnoj privredi Bosne i Hercegovine

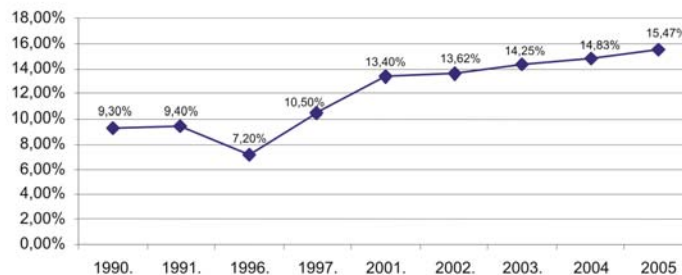
U sagledavanju uloge i značaja trgovine u ukupnoj privredi Bosne i Hercegovine analizirat ćemo sljedeće pokazatelje:

- Učešće trgovine u ukupnoj zaposlenosti;
- Učešće trgovine u dodanoj vrijednosti (value added);
- Učešće trgovačkih u ukupnom broju privrednih preduzeća;
- Učešće trgovine u ukupnim investicijama.

**Broj zaposlenih** u Bosni i Hercegovini u 2005. godini iznosio je 632.616 radnika (u FBiH 388.416, a u RS 244.200), od kojih je u trgovini zaposleno 97.888 radnika (FBiH 53.124, RS 44.764).<sup>7</sup>

Kretanje učešća trgovine u ukupnoj zaposlenosti u Bosni i Hercegovini pokazuje tendenciju rasta i približavanja stopi učešća zemalja Evropske unije.

Slika broj 3 - Učešće trgovine u ukupnoj zaposlenosti u Bosni i Hercegovini



Izvori: Statistički godišnjak BiH 1993-1998; Statistički godišnjak FBiH 2002, FZS Sarajevo, 2002; Mjesečni statistički pregled 4/2002, RZS RS, Banjaluka, 2002; Informacija br. 1-4/2004, FZS Sarajevo, 2004, <http://www.fzs.ba>; Saopštenje statistike rada III-IX, 2003, Republički zavod za statistiku RS, Banjaluka, 2003, <http://www.rzs.rs.ba> Federalni zavod za statistiku: Godišnje statističke informacije (Zaposlenost, nezaposlenost i plaće), <http://www.fzs.ba>; Saopštenje statistike rada septembar, 2005, Republički zavod za statistiku RS, <http://www.rzs.rs.ba>

**Učešće trgovine u ukupnoj zaposlenosti u Bosni i Hercegovini** iznosilo je u 2005. godini 15,47% (u FBiH 13,7%, u RS 18,33%), dok je učešće trgovine u zaposlenosti u Evropskoj uniji u 1997. godini iznosilo 16%, u SAD-u 19% i u Japanu 18%.

**Učešće trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti (value added) u Bosni i Hercegovini** u 2004. godini iznosilo je 15% (13,69% u FBiH, 16,60% u RS i 29,17% u Brčko Distriktu) i prešlo je prosječnu stopu zemalja Evropske unije iz 1997. godine od 13%.

Dodana (novostvorena) vrijednost trgovine u Bosni i Hercegovini u 2004. godini dostigla je iznos od 1,6 milijardi KM (1,02

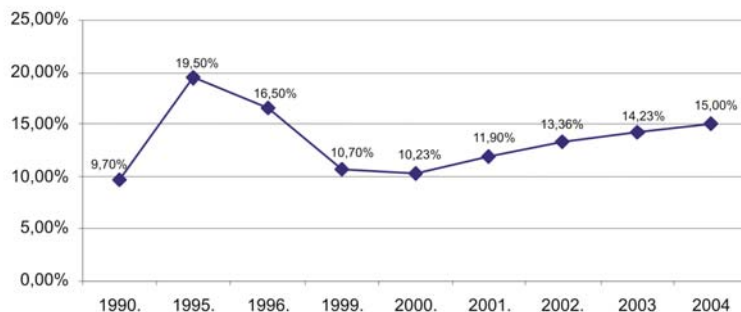
<sup>7</sup> Godišnje statističke informacije (Zaposlenost, nezaposlenost i plaće), FZS BiH, <http://www.fzs.ba>;

Saopštenje statistike rada, septembar 2005, Republički zavod za statistiku RS, <http://www.rzs.rs.ba>

milijardi USD), što predstavlja prijeratni nivo iz 1990. godine (1,03 milijardi USD). Učešće trgovine u dodanoj vrijednosti je povećano sa 9,7% u 1990. na 15% u 2004. godini.<sup>8</sup>

Kretanje učešća trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti u Bosni i Hercegovini tokom dosadašnjeg tranzicijskog perioda može se vidjeti iz sljedeće slike:

Slika broj 4 - Učešće trgovine u dodanoj vrijednosti u Bosni i Hercegovini



Izvori: SG BiH 1993-1998, FZS FBiH, Sarajevo, 1998; Statistički bilten 2/2000, 1/2003, 6/2003 i 1/2005, Agencija za statistiku BiH, Sarajevo, <http://www.bhas.ba>

Prethodna slika pokazuje rast učešća dodane vrijednosti trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti Bosne i Hercegovine. Međutim, 1995. godina pokazuje izrazito visoku stopu učešća trgovine zbog ratnog stanja, kada su druge privredne djelatnosti radile s malim kapacitetom. Oživljavanje proizvodnje i drugih privrednih djelatnosti nakon rata dovodi do smanjenja i normalizacije stope učešća trgovine u dodanoj vrijednosti, u periodu od 1996. do 2000. godine. Nakon 2000. godine učešće trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti ponovo počinje rasti, ali sada u realnim okvirima.

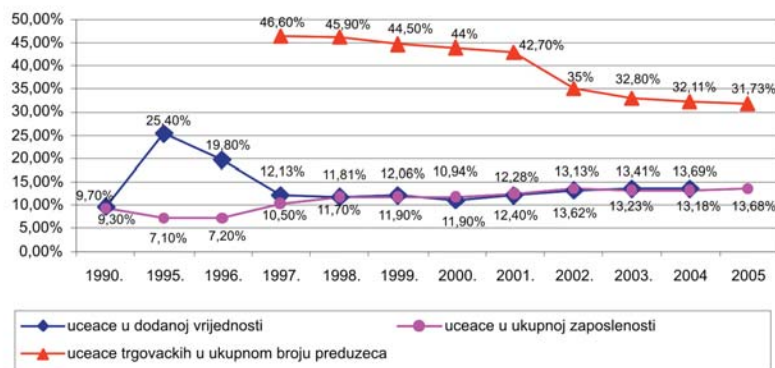
Bez obzira na oscilacije u ratnom periodu, analiza cjelokupnog perioda na slici pokazuje tendenciju rasta učešća trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti Bosne i Hercegovine i približavanje njene stope učešća prosječnoj stopi zemalja Evropske unije.

<sup>8</sup> Statistički bilten 1/2005, strana 31, Agencija za statistiku BiH, Sarajevo, <http://www.bhas.ba>

**Učešće trgovačkih u ukupnom broju preduzeća u Bosni i Hercegovini** u 2003. godini iznosilo je 34,9%. Učešće trgovačkih u ukupnom broju preduzeća u 1997. godini u Evropskoj uniji iznosilo je 28%. Ukupan broj registriranih privrednih preduzeća u Bosni i Hercegovini u 2003. godini iznosio je 43.506, od kojih su 15.174 trgovačka preduzeća.

Učešće trgovačkih u ukupnom broju preduzeća u Federaciji BiH u 2005. godini iznosilo je 31,73%. Stopa učešća trgovačkih u ukupnim preduzećima u ranijim godinama tranzicije bila je izuzetno visoka, a zadnjih godina pokazuje tendenciju opadanja i normalizacije prema stopi u Evropskoj uniji, što ilustrira i sljedeća slika:

Slika broj 5 - Ucešće trgovine u ukupnoj privredi Federacije BiH

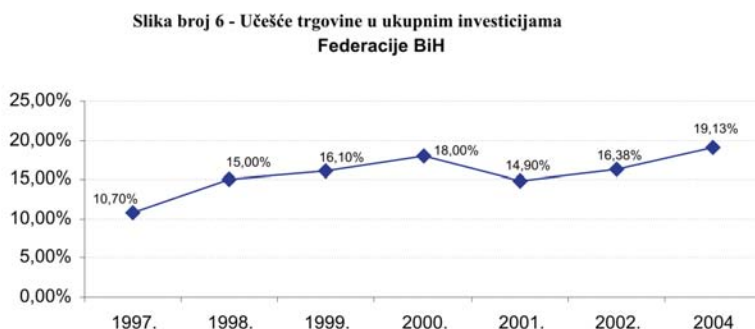


Izvori: SG BiH 1993-1998; SG FBiH 2002; SG FBiH 2003, FZS Sarajevo, 2003, <http://www.fzs.ba>. Godišnje statističke informacije – Registar poslovnih subjekata; Zaposlenost, nezaposlenost i plaće, 2005, [www.fzs.ba](http://www.fzs.ba)

Prethodna slika ilustrira rast učešća trgovine u ukupnoj zaposlenosti i u dodanoj vrijednosti, s jedne strane, te smanjenje učešća trgovačkih u ukupnom broju preduzeća, s druge strane, što sve skupa predstavlja pozitivne trendove u razvoju trgovine u pravcu njene optimalizacije u ukupnoj privrednoj strukturi, kao u zemljama Evropske unije. Rast stopa učešća trgovine u ukupnoj zaposlenosti i u dodanoj vrijednosti je pozitivan trend s obzirom na to da su sadašnje stope još uvijek manje od prosječnih stopa

Evropske unije. Opadanje stope učešća broja trgovačkih u ukupnom broju preduzeća također je pozitivan trend s obzirom na to da je ta stopa još uvijek iznad prosječne stope u zemljama Evropske unije.

**Učešće investicija trgovine u ukupnim investicijama Federacije BiH može se vidjeti iz sljedeće slike:**



Izvori: Statistički godišnjak Federacije Bosne i Hercegovine 1999, Sarajevo, 1999, str. 90; SG FBiH 2002, Sarajevo, 2002, str. 105-106; SG FBiH 2003. i 2005. <http://www.fzs.ba/Investicije/IsplateInvB.htm>

Prethodna slika pokazuje porast učešća investicija trgovine u ukupnim investicijama Federacije BiH, što će se pozitivno odraziti na strukturnu transformaciju trgovine.

Ostvarene investicije trgovine po namjeni ulaganja i tehničkoj strukturi tokom 2004. godine iznosile su 53,4% u građevinske objekte, 42,9% u opremu i 3,7% u ostalo.<sup>9</sup> Ovaj podatak govori da su investicije usmjerene u pravcu modernizacije i strukturne transformacije trgovine, iako cjelokupan iznos predstavlja relativno skromna sredstva u odnosu na stvarno potrebna sredstva za strukturnu transformaciju trgovine.

Ipak, ozbiljnije investicije u trgovinu mogu se očekivati kroz veća strana ulaganja u Bosnu i Hercegovinu. Iskustva naprednijih zemalja u tranziciji pokazuju da su ozbiljnija investiranja i strukturna transformacija trgovine nastali tek nakon ulaska inozemnih trgovačkih kompanija.

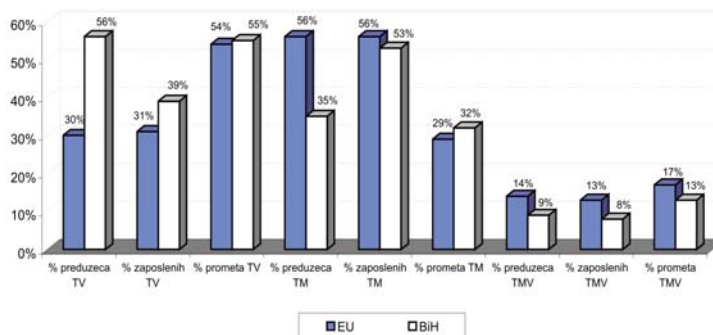
<sup>9</sup> Federalni Zavod za statistiku FBiH, 2006. <http://www.fzs.ba/Investicije/IsplateInvB.htm>

## 2.2. Komparativna analiza razvoja i strukture trgovine Bosne i Hercegovine i Evrope

Da bismo analizirali koliko trgovina Bosne i Hercegovine zaostaje u odnosu na savremenu evropsku trgovinu, te da bismo preciznije definirali pravce i trendove budućeg razvoja bosansko-hercegovačke trgovine, napraviti ćemo kratku komparativnu analizu stanja trgovine BiH s trgovinom u Evropi.

Komparaciju **sektorske strukture distributivne trgovine** Bosne i Hercegovine u odnosu na Evropsku uniju najbolje ilustrira sljedeća slika:

Slika broj 7 - Komparacija sektorske strukture distributivne trgovine, 2003.



Legenda: TV = Trgovina na veliko, TM = Trgovina na malo, TMV = Trgovina motornim vozilima i motornim gorivom Izvori: *Share of Motor, Wholesale and Retail Trades in Total Distributive Trades*, Eurostat, 2006. [http://epp.eurostat.ec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1996,39140985&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen...](http://epp.eurostat.ec.eu.int/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen...) Statistički godišnjak FBiH 2003. i 2004, Sarajevo, 2004. <http://www.fzs.ba>; Kvartalni stat. pregled 1, 2, 3 i 4/2003, RZSRS, <http://www.rzs.rs.ba>; Akt RZS RS broj 1107-1/2003, od 16. 5. 2003; Podaci RZS RS, od 17. 5. 2004. Podaci FZS FBiH; *Distributive Trades in Europe*, European Communities, 2001.

Kao što se vidi iz prethodne slike, sektorska struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine u 2003. godini približila se sektorskoj strukturi Evropske unije u pogledu učešća zaposlenih i prometa po djelatnostima. Međutim, kada je u pitanju **sektorska struktura broja preduzeća**, trgovina BiH pokazuje drastičan raskorak u odnosu na Evropsku uniju.

Najveći raskorak u strukturi trgovine predstavlja veliki procent broja preduzeća trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini, što ukazuje na činjenicu da je trgovina na veliko usitnjena kroz veliki

broj manjih preduzeća. Veliki raskorak također predstavlja i zaostajanje broja maloprodajnih u odnosu na broj veleprodajnih preduzeća.

Stoga bi budući razvoj trgovine trebao biti u pravcu okrupnjavanja veleprodajnih preduzeća i povećanju njihove veličine, a smanjenju relativnog učešća u ukupnom broju trgovačkih preduzeća.

**Sektorska struktura prometa** distributivne trgovine pokazuje učešće trgovine na veliko 55%, trgovine na malo sa 32% i trgovine motornim vozilima sa 13%. Sektorska struktura prometa u Evropskoj uniji je bila 54% trgovina na veliko, 29% trgovina na malo i 17% trgovina motornim vozilima.

Iz navedenog se vidi da se relativna sektorska struktura prometa trgovine u Bosni i Hercegovini približila strukturi u Evropskoj uniji. Međutim, apsolutne veličine prometa pokazuju drastično zaostajanje trgovine Bosne i Hercegovine za trgovinom Evropske unije. Stoga je vrlo važno da se u narednom periodu osiguraju makroekonomski uvjeti za razvoj cjelokupne privrede kako bi se pored relativne strukture prometa popravila i struktura apsolutnih veličina prometa (visina prometa po preduzeću i po radniku).

**Sektorska struktura zaposlenih** u distributivnoj trgovini Bosne i Hercegovine pokazuje sličnost sa strukturom u Evropskoj uniji, osim trgovine motornim vozilima.

Broj zaposlenih i broj prodavnica u trgovini na malo mogu se vidjeti iz sljedeće tabele:

Tabela br. 4: Komparativna analiza broja prodavnica i zaposlenosti u trgovini na malo (bez trgovine motornim vozilima)

| Elementi                   | Godina | Broj prodavnica | Broj prodavn. na 10.000 stanovnika | Broj zaposlenih | Broj zaposlenih po prodavn. |
|----------------------------|--------|-----------------|------------------------------------|-----------------|-----------------------------|
| Područje                   |        |                 |                                    |                 |                             |
| <b>Evropska unija</b>      | 2003   | 3.770.000       | 99                                 | 13.588.390      | 3,6                         |
| Zemlje Centralne Evrope    | 1995   | 1.454.057       | 134                                | 2.908.114       | 2,0                         |
| Slovenija                  | 2004   | 9.978           | 50                                 | 49.291          | 4,9                         |
| Hrvatska                   | 2004   | 29.291          | 66                                 | 100.219         | 3,4                         |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2003   | 26.284          | 69                                 | 61.044          | 2,3                         |
| - Federacija BiH           | 2003   | 15.895          | 68                                 | 34.166          | 2,1                         |
| - Republika Srpska         | 2003   | 10.389          | 69                                 | 26.878          | 2,6                         |

Napomena: - Broj prodavnica obuhvatio je i samostalne trgovinske radnje (STR, obrtnike).

- Broj prodavnica u EU naveden je prema: Lovreta i drugi, Trgovina, str. 486.

Izvori: Retailing in the Central European Countries 1996, European Communities, 1997, pages 9-12; "Distributive Trades in Europe", European Communities, 2001, page 160; [Share of Motor, Wholesale and Retail Trades in Total Distributive Trades, Eurostat, 2006.](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?pageid=1996.391_4_0985&)



[dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen...](#) SG FBiH 2003, <http://www.fzs.ba>; Mjesečni statistički pregled 3/2002, str. 44, R ZS RS; Saopštenje RZS RS br. 01, od 11.3.2003; Dopis RZS RS broj 1107-1/2003, 16.05.2003; Akt FZS FBiH broj 07-329-690/03, 30.05. 2003; Akt Porezne uprave FBiH broj 10/02-49-1767/03-A.Š. od 4.6.2003; Statistički letopis 2005, Statistični urad Republike Slovenije <http://www.stat.si>; Statistički letopis 2005, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, <http://www.dzs.hr>

Iz prethodne tabele se može vidjeti da **broj prodavnica na 10.000 stanovnika** u Bosni i Hercegovini zaostaje za ostalim područjem Evrope, ali ne u velikoj mjeri kao ostali indikatori.

**Broj zaposlenih po prodavnici u Bosni i Hercegovini** u 2003. godini iznosi 2,3 radnika. Međutim, ako se isključe samostalne trgovačke radnje, onda kod maloprodajnih preduzeća broj zaposlenih po prodavnici iznosi 3,4 radnika. Broj zaposlenih po prodavnici je znatno manji u Bosni i Hercegovini nego u Evropskoj uniji i u naprednim tranzicijskim zemljama. To je rezultat manje prosječne veličine prodavnica od njihove veličine u razvijenim zemljama.

Komparacija **maloprodajnog prometa po jednoj prodavnici i po glavi stanovnika** može se vidjeti iz sljedeće tabele:

Tabela br. 5: Komparativna analiza prometa u trgovini na malo, po prodavnici i po stanovniku (bez trgovine motornim vozilima)

| Elementi<br>Područje       | Godina | Broj<br>prodavnica | Maloprodajni<br>promet u<br>milijon EUR | Promet u EUR<br>po jednoj<br>prodavnici | Broj<br>stanovnika | Promet po<br>stanovniku<br>u EUR |
|----------------------------|--------|--------------------|---|---|--------------------|----------------------------------|
| <b>Evropska unija</b>      | 2003   | 3.770.000          | 1.814.297                               | 481.246                                 | 379.000.000        | 4.787                            |
| Zemlje Centralne Evrope    | 1994   | *1.454.057         | * 92.441                                | *63.575                                 | *108.558.500       | *852                             |
| Slovenija                  | 2004   | 9.978              | 6.779                                   | 679.395                                 | 1.997.160          | 3.394                            |
| Hrvatska                   | 2004   | 11.304             | 6.798                                   | 601.380                                 | 4.437.337          | 1.532                            |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2003   | 7.071              | 1.175                                   | 166.172                                 | 3.828.000          | 307                              |
| - Federacija BiH           | 2003   | 3.632              | 744                                     | 204.846                                 | 2.315.000          | 321                              |
| - Republika Srpska         | 2003   | 3.439              | 431                                     | 125.327                                 | 1.513.127          | 285                              |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2005   | *8.465             | *2.903                                  | *342.942                                | 3.795.521          | *765                             |

Napomena: - U podacima nisu obuhvaćene samostalne trgovinske radnje.

- Broj prisutnih stanovnika u BiH.

- \* U podatke uključena trgovina na malo motornim vozilima i gorivom

Izvori: Retailing in the Central European Countries 1996, European Communities, 1997, pages 10 i 15; *Share of Motor, Wholesale and Retail Trades in Total Distributive Trades*, Eurostat, 2006. [http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1996\\_39140985&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen...](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1996_39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen...); Statistički godišnjak FBiH 2003. i 2005. <http://www.fzs.ba>; Mjesečni statistički pregled 3/2002, str. 44, RZS RS; Saopštenje RZS RS br. 01, od 11. 3. 2003; Dopis RZS RS broj 1107-1/2003, 16. 5. 2003; Kvartalni statistički pregled, br. 1, 2, 3 i 4/2003. i 4/2005, RZS RS, Bilten statistike unutrašnje trgovine, RZZS RS, <http://www.rzs.rs.ba>; Statistični letopis 2005, Statistični urad Republike Slovenije, <http://www.stat.si>; Statistički letopis 2005, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, <http://www.dzs.hr>.

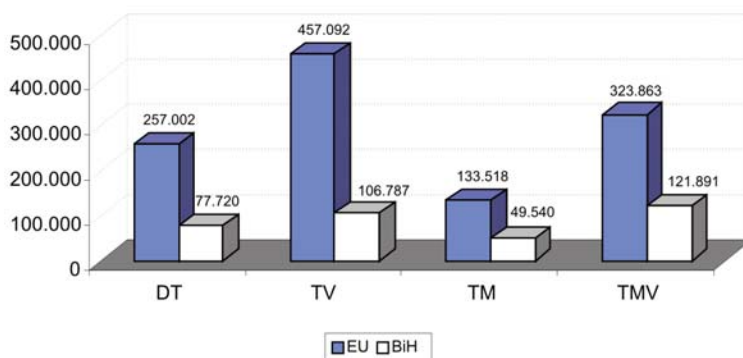
Iz prethodne tabele se vidi da je **promet po jednoj prodavnici** u Bosni i Hercegovini u 2005. godini 5,4 puta veći nego u zemljama Centralne Evrope u 1994. godini. Promet po jednoj prodavnici u Bosni i Hercegovini u 2003. godini je 2,9 puta manji od prosjeka EU.

**Maloprodajni promet po stanovniku** u Bosni i Hercegovini u 2003. godini je na izrazito niskom nivou od 307 eura i niži je 5 puta nego u Hrvatskoj u 2004. godini, a čak 15,6 puta niži od prosjeka Evropske unije. Međutim, ovdje treba imati u vidu činjenicu da neevidentirana trgovina (šverc) još uvijek zauzima značajan dio trgovine, pa je stvarni promet po stanovniku veći. I pored te činjenice, promet po stanovniku u Bosni i Hercegovini drastično zaostaje za razvijenim zemljama. Ipak, u posljednjim godinama je zabilježen trend porasta prometa po stanovniku u Bosni i Hercegovini. Ako se u 2005. godini zanemari udio trgovine motornim vozilima i gorivom na malo, onda je promet po stanovniku manji za 6,3 puta nego u EU, a za 2 puta nego u Hrvatskoj.

**Dakle, osnovni izvor povećanja maloprodajnog prometa u Bosni i Hercegovini jest povećanje bruto domaćeg proizvoda, a time i kupovne moći stanovništva.**

Veliko zaostajanje u produktivnosti distributivne trgovine u odnosu na Evropsku uniju ilustrira i sljedeća slika:

**Slika broj 8 - Produktivnost u distributivnoj trgovini, godišnji promet u EUR po radniku, 2003.**



Legenda: DT= Ukupna distributivna trgovina, TV= trgovina na veliko, TM= trgovina na malo, TMV= trgovina motornim vozilima i motornim gorivom. Izvor: Prethodna tabela

Iz prethodne slike može se vidjeti da je **promet po zaposlenom u cjelokupnoj distributivnoj trgovini** u Bosni i Hercegovini u 2003. godini (**produktivnost rada u trgovini**) niži za 3,3 puta nego u Evropskoj uniji. U 2005. godini dolazi do znatnog porasta produktivnosti u distributivnoj trgovini Bosne i Hercegovine, na nivo manji za samo dva puta u odnosu na EU u 2003. godini.

**Promet po zaposlenom u trgovini na veliko** je za 4,3 puta manji u 2003. godini u odnosu na EU, a s trgovinom motornim vozilima za 2,7 puta manji u 2005. u odnosu na EU u 2003. godini.

**Promet po zaposlenom u trgovini na malo** u Bosni i Hercegovini je u 2003. godini manji za 2,7 puta nego u EU, a s trgovinom motornim vozilima za 1,5 puta manji u 2005. u odnosu na EU u 2003. godini.

**Promet po zaposlenom u trgovini motornim vozilima i motornim gorivom** u Bosni i Hercegovini je manji za 2,7 puta u odnosu na Evropsku uniju.

Tabela br. 6: Komparativna analiza prometa po preduzeću, u EUR

| Elementi<br>Područje       | Godina | Distributivna<br>trgovina | Trgovina<br>na veliko | Trgovina<br>na malo | Trgovina<br>motornim voz.<br>i gorivom |
|----------------------------|--------|---------------------------|-----------------------|---------------------|--|
| <b>Evropska unija</b>      | 2003   | 1.369.086                 | 2.589.700             | 702.300             | 1.591.360                              |
| Slovenija                  | 2004   | 2.077.890                 | 1.839.243             | 1.497.129           | 5.884.576                              |
| Hrvatska                   | 2004   | 1.594.233                 | 1.359.037             | 1.400.783           | 2.134.379                              |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2003   | 258.405                   | 244.903               | 221.542             | 358.280                                |
| - Federacija BiH           | 2003   | 252.890                   | 245.636               | 204.845             | 293.094                                |
| - Republika Srpska         | 2003   | 266.455                   | 244.085               | 257.867             | 477.788                                |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2005   | *449.944                  | -                     | -                   | -                                      |
| - Federacija BiH           | 2005   | 472.173                   | -                     | -                   | -                                      |

\* Podatak na bazi procjene broja preduzeća u RS i stvarnog broja u FBiH  
Izvor: Isto.

**Promet po jednom trgovačkom preduzeću cjelokupne distributivne trgovine** u Bosni i Hercegovini je daleko ispod evropskog prosjeka i on je u 2003. godini za 5,3 puta manji od prosjeka Evropske unije, a u 2005. godini je za 3 puta manji od prosjeka EU u 2003. godini. To govori da su trgovačka preduzeća u Bosni i Hercegovini dosta manja od trgovačkih preduzeća u Evropskoj uniji.

**Promet po veleprodajnom preduzeću** u BiH je za 10,6 puta manji od prosjeka zemalja EU.

**Promet po maloprodajnom preduzeću** u BiH je za 3,2 puta manji od prosjeka zemalja EU.

**Promet po preduzeću trgovine motornim vozilima i motor-nim gorivom** u Bosni i Hercegovini je 4,4 puta manji od prosjeka zemalja Evropske unije.

Analizirani podaci upućuju na **zaključak** da trgovina na veliko u Bosni i Hercegovini daleko više zaostaje za zemljama Evropske unije nego trgovina na malo i trgovina motornim vozilima.

**Učešće trgovine u ukupnoj zaposlenosti Bosne i Hercegovine** iznosilo je u 2005. godini 15,47% (u FBiH 13,7%, u RS 18,33%), dok je učešće trgovine u zaposlenosti Evropske unije u 1997. godini iznosilo 16%, u SAD-u 19% i u Japanu 18%.

Tabela br. 7: Broj zaposlenih po jednom  
trgovačkom preduzeću

| Elementi                   | Godina | Distributivna<br>trgovina<br>- ukupno - | Trgovina na<br>veliko | Trgovina na<br>malo | Trgovina mot.<br>vozilima i<br>gorivom |
|----------------------------|--------|---|-----------------------|---------------------|--|
| Područje                   |        |   |                       |                     |  |
| <b>Evropska unija</b>      | 2003   | 5,3                                     | 5,7                   | 5,3                 | 4,9                                    |
| Slovenija                  | 2004   | 8,4                                     | 6,1                   | 11,0                | 7,4                                    |
| Hrvatska                   | 2004   | 10,0                                    | 7,7                   | 13,3                | 7,7                                    |
| <b>Bosna i Hercegovina</b> | 2003   | 3,3                                     | 2,3                   | 4,5                 | 2,8                                    |
| - Federacija BiH           | 2003   | 3,3                                     | 2,6                   | 3,4                 | 2,0                                    |
| - Republika Srpska         | 2003   | 3,4                                     | 1,9                   | 6,7                 | 4,4                                    |

Izvor: Isto.

**Broj zaposlenih po jednom trgovačkom preduzeću** u Bosni i Hercegovini u 2003. godini je znatno manji u odnosu na zemlje Evropske unije, osim trgovine na malo, gdje je broj zaposlenih po preduzeću približan EU. Manji broj zaposlenih po preduzeću, zajedno s manjim prometom po preduzeću, pokazuje da su trgovačka preduzeća u Bosni i Hercegovini daleko manja i sitnija nego trgovačka preduzeća u Evropskoj uniji.

### **3. Nalazi i rezultati istraživanja**

#### **3.1. Problemi i greške u dosadašnjoj politici tranzicije**

- Tranzicija trgovine odvijala se u nereguliranoj makroekonomskoj okolini, koja je doprinijela razvoju nedozvoljene trgovine i šverca, čime je usporena tranzicija i razvoj legalne trgovine;
- Vođenje politike tranzicije na entitetskim, a ne na državnom nivou, što je dovelo do izostanka pozitivne uloge državne vlade u tranziciji i do različitih rezultata tranzicije na jedinstvenom državnom prostoru;
- Neadekvatna politika privatizacije trgovine, koja je omogućila prodaju državnog kapitala u preduzećima uglavnom za certifikate, umjesto za novac, čime je propuštena šansa za osiguranje sredstava koja su mogla biti usmjerena u pospješivanje tranzicije i modernizaciju postojeće trgovine;
- Veoma spora privatizacija, koja je u uvjetima nelojalne konkurencije doprinijela još većim gubicima i većem propadanju, umjesto blagovremenom restrukturiranju državnih preduzeća;
- Nedostatak socijalnih programa zbrinjavanja radnika koji su ostajali bez posla;
- Veoma spora stabilizacija makroekonomskog ambijenta u Bosni i Hercegovini, povoljnog za ulazak inozemnih kompanija i internacionalizaciju trgovine, što je rezultiralo neznatnim prilivom stranog kapitala.

#### **3.2. Dosadašnji rezultati tranzicije**

- Skoro u cijelosti je izvršena vlasnička transformacija, tako da je privatni sektor trgovine postao dominantan. Međutim, i privatni sektor trgovine je dosta usitnjen, bez značajnijih oblika međusobnog povezivanja;
- Promjena trenda enormnog rasta broja trgovačkih preduzeća u trend njihovog smanjenja i stabilizacije na realan broj, kroz konkurenciju i tržišnu selekciju;
- Normalizacija učešća broja trgovačkih u ukupnom broju privrednih preduzeća;

- Nepovoljna sektorska struktura trgovine, posebno kroz učešće velikog broja preduzeća trgovine na veliko u ukupnom broju trgovačkih preduzeća;
- Povećanje broja zaposlenih radnika u trgovini;
- Značajno povećanje prometa koje nije samo rezultat rasta fizičkog obima prometa nego i rezultat veće kontrole i legalizacije robno-novčanih tokova;
- Izražen blagi trend okrupnjavanja maloprodajnih objekata kroz povećanje prosječne veličine prodajnog prostora;
- Razvoj novijih i većih maloprodajnih formata kao što su supermarketi, hipermarketi i diskonti.

### **3.3 Pokazatelji značaja i učešća trgovine u ukupnoj privredi**

- Učešće trgovačkih u ukupnom broju preduzeća u Bosni i Hercegovini u 2003. godini iznosilo je 34,9%, dok je učešće istih u Evropskoj uniji iznosilo 28% u 1997. godini.
- Učešće trgovine u ukupnoj zaposlenosti Bosne i Hercegovine iznosilo je u 2005. godini 15,5% (u FBiH 13,7%, u RS 18,3%), dok je učešće trgovine u zaposlenosti Evropske unije u 1997. godini iznosilo 16%, u SAD-u 19% i u Japanu 18%.
- Sektorska struktura zaposlenih u trgovini u 2003. godini pokazuje sličnost sa sektorskom strukturom Evropske unije. Učešće zaposlenih u trgovini na veliko u BiH je iznosilo 39% (EU 31%), u trgovini na malo 53% (EU 56%) i trgovini motornim vozilima 8% (EU 13%).
- Učešće trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti (value added) u BiH u 2004. godini iznosilo je 15% (13,7% u FBiH, 16,6% u RS i 29,2% u Brčko Distriktu), i prešlo je prosječnu stopu zemalja Evropske unije iz 1997. godine od 13% (SAD od 14% i Japan od 12%).
- Dodana (novostvorena) vrijednost trgovine u Bosni i Hercegovini u 2004. godini dostigla je iznos od 1,6 milijardi KM (1,02 milijardi USD), što predstavlja prijeratni nivo iz 1990. godine (1,03 milijardi USD). Učešće trgovine

u dodanoj vrijednosti je povećano sa 9,7% u 1990. na 15% u 2004.

- Učešće trgovine Federacije BiH u ukupnim investicijama FBiH u 2004. godini iznosilo je 19,1%, što je za 4,1% više od učešća trgovine u dodanoj vrijednosti u istoj godini.

### **3.4. Pokazatelji gustoće trgovačke mreže**

- Broj trgovačkih preduzeća na 10.000 stanovnika u 2003. godini (gustoća preduzeća) daleko je niži u Bosni i Hercegovini, i iznosi svega 40 preduzeća, u odnosu na Evropsku uniju, gdje iznosi 118 preduzeća.
- Broj prodavnica na 10.000 stanovnika u BiH u 2003. godini iznosio je 69 i zaostaje za zemljama EU, gdje broj prodavnica na 10.000 stanovnika iznosi 99.
- Navedeni podaci pokazuju da je trgovačka mreža u Bosni i Hercegovini nedovoljno razvijena. Razlog tome je prvenstveno ukupna zaostalost u privrednom razvoju, koja ne omogućava veliku kupovnu moć stanovništva, kao osnovnog faktora razvoja trgovačke mreže.

### **3.5. Pokazatelji prometa u trgovini**

- Prosječna visina prometa po jednom trgovačkom preduzeću u Bosni i Hercegovini iznosila je u 2003. godini 258.405 eura, ili svega oko 19% od prosjeka zemalja Evropske unije u istoj godini. U 2005. godini je došlo do povećanja prometa po preduzeću na 449.944 eura, ili oko 33% od prosjeka EU u 2003. godini. Ovaj podatak upućuje na zaključak da su trgovačka preduzeća u Bosni i Hercegovini dosta manja od trgovačkih preduzeća u Evropskoj uniji.
- Prosječan promet po preduzeću trgovine na veliko u BiH u 2003. godini iznosio je 244.903 eura, ili 9,5% od prosječnog prometa po veleprodajnom preduzeću zemalja EU.
- Prosječan promet po preduzeću trgovine na malo u BiH u 2003. godini iznosio je 221.542 eura, ili 31,5% od istog prosjeka zemalja EU.



- Prosječan promet po preduzeću trgovine motornim vozilima u BiH u 2003. godini iznosio je 358.280 eura, ili 22,5% od prosječnog prometa po istom preduzeću zemalja EU.
- Prosječan promet po zaposlenom radniku (produktivnost rada u trgovini) u BiH u 2003. godini iznosio je 77.720 eura, što predstavlja 30,2% od visine prosječnog prometa po zaposlenom u Evropskoj uniji, odnosno prosječan promet po zaposlenom niži je za oko 3,3 puta nego u EU. U 2005. godini dolazi do znatnog porasta produktivnosti u distributivnoj trgovini BiH (126.695 eura) na nivo manji za samo dva puta u odnosu na EU u 2003. godini.
- Prosječan promet po zaposlenom u trgovini na veliko u BiH u 2003. godini iznosio je 106.787 eura, ili 23,4% od istog prosjeka u EU.
- Prosječan promet po zaposlenom u trgovini na malo u BiH u 2003. godini iznosio je 49.540 eura, ili 37% od istog prosjeka u EU.
- Prosječan promet po zaposlenom u trgovini motornim vozilima u BiH u 2003. godini iznosio je 121.891 euro, ili 37,6% od istog prosjeka u EU.
- Prosječan maloprodajni promet po jednoj prodavnici u BiH u 2003. godini iznosio je 166.172 eura, što predstavlja 34,5% u odnosu na zemlje EU. U 2005. godini maloprodajni promet po prodavnici je povećan na 342.942 eura, ili na nivo od 71% od prosjeka EU u 2003. godini.

### **3.6. Struktura broja zaposlenih po preduzeću i po prodavnici**

- Prosječan broj radnika po preduzeću u Bosni i Hercegovini u 2003. godini iznosi 3,3 u ukupnoj distributivnoj trgovini, 2,3 u trgovini na veliko, 4,5 u trgovini na malo i 2,8 u trgovini motornim vozilima i motornim gorivom. Prosječan broj radnika po preduzeću u Evropskoj uniji iznosio je 5,3 u ukupnoj distributivnoj trgovini, 5,7 u trgovini na veliko, 5,3 u trgovini na malo i 4,9 radnika u trgovini motornim vozilima i gorivom.

- Prosječan broj radnika po prodavnici u Bosni i Hercegovini u 2003. godini iznosi kod preduzeća (bez STR) 3,4 radnika, a sa samostalnim trgovačkim radnjama 2,3 radnika, u odnosu na 3,6 radnika u Evropskoj uniji.

\* \* \*

- Iz osnovnih nalaza i rezultata istraživanja mogu se izvući sljedeći osnovni **zaključci**:
- Postojeća relativna struktura trgovine u ukupnoj privredi Bosne i Hercegovine pokazuje sličnost sa strukturom u Evropskoj uniji. Međutim, apsolutne veličine pokazuju izrazitu zaostalost kako trgovine tako i cjelokupne privrede. U definiranju budućeg razvoja trgovine u Bosni i Hercegovini potrebno je zadržati postojeće relativno učešće trgovine u ukupnoj privredi, ali je potrebno planirati apsolutni porast indikatora koji pokazuju nivo razvoja trgovine. Naravno, preduvjet za rast indikatora o stanju trgovine jest rast makroekonomskih indikatora u cjelokupnoj privredi.
- Sektorska struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine približila se sektorskoj strukturi distributivne trgovine Evropske unije u pogledu učešća zaposlenih i prometa po djelatnostima. Međutim, sektorska struktura broja preduzeća unutar bosanskohercegovačke trgovine pokazuje drastičan raskorak u odnosu na Evropsku uniju, posebno u velikom učešću broja preduzeća trgovine na veliko. U budućem razvoju trgovine treba očekivati koncentraciju i okrupnjavanje trgovačkih preduzeća, posebno u trgovini na veliko. Time će se veliki broj malih zamijeniti manjim brojem većih i snažnijih preduzeća, što će dovesti i do optimalne sektorske strukture.
- Gustoća trgovačke mreže daleko je niža u Bosni i Hercegovini nego u Evropskoj uniji, kako u pogledu broja preduzeća tako i u pogledu broja prodavnica na 10.000 stanovnika. Pored niske gustoće, postojeća trgovačka mreža je i usitnjena. Ovakva trgovačka mreža je rezultat ukupne privredne zaostalosti u Bosni i Hercegovini. U fazi većeg privrednog razvoja treba očekivati daljnji razvoj trgovačke

mreže kroz povećanje broja i veličine trgovačkih preduzeća i trgovačkih objekata.

- Komparacija prosječnog prometa po trgovačkom preduzeću pokazuje veliku zaostalost i usitnjenost bosansko-hercegovačkih trgovačkih preduzeća, posebno u oblasti trgovine na veliko. U budućnosti je moguće očekivati da će intenzivniji procesi internacionalizacije i koncentracije trgovine dovesti i do okrupnjavanja trgovačkih preduzeća, čime će se povećati i apsolutni promet po preduzeću.
- Produktivnost u trgovini (promet po zaposlenom) na izuzetno je niskom nivou, posebno u trgovini na veliko. Ovo je rezultat usitnjenosti trgovačkih preduzeća, s odsutnošću ekonomije obima. Pored toga, trgovinu treba modernizirati, posebno kroz izgradnju velikih veleprodajnih preduzeća, uz visok stepen mehanizacije, čime će se podići i produktivnost rada u trgovini.
- Broj zaposlenih po preduzeću je znatno niži u bosansko-hercegovačkoj trgovini nego u Evropskoj uniji, što zajedno s niskim prometom po preduzeću pokazuje usitnjenost trgovačkih preduzeća u BiH. Koncentracija i okrupnjavanje preduzeća treba da dovede i do većeg broja zaposlenih po preduzeću.
- Broj zaposlenih po prodavnici također zaostaje u bosansko-hercegovačkoj trgovini, što pokazuje da se radi o strukturi manjih prodavnica. U posljednjem periodu je evidentan razvoj velikih maloprodajnih objekata (supermarketa, hipermarketa, diskonta), te je moguće očekivati povećanje prosječnog broja zaposlenih po prodavnici.
- Koncentracija trgovine u Bosni i Hercegovini je u početnoj fazi i trenutno je na izrazito niskom nivou. Stabilizacijom makroekonomskog ambijenta u Bosni i Hercegovini intenzivirat će se internacionalizacija trgovine kroz veći ulazak inozemnih kompanija. Takva situacija će potaknuti domaće kompanije na veće integracije radi postizanja ekonomije obima kroz veličinu kompanije, a u cilju postizanja konkurentnosti. Tako će se pokrenuti jači talas koncentracije, koja će poprimiti i internacionalne dimenzije.

Na kraju, uprkos svim problemima i slabostima, možemo konstatirati da je prva faza tranzicije trgovine završena. Izvršena je vlasnička transformacija, relativna stabilizacija broja i strukture trgovačkih preduzeća, kao i njihovog učešća u ukupnoj privredi.

Tranzicija trgovine u Bosni i Hercegovini ulazi u drugu fazu, u kojoj se očekuje intenzivniji rast apsolutnih indikatora, njena veća internacionalizacija, modernizacija i koncentracija. Brzina ovih promjena zavisiće prvenstveno od pravilnog ustrojstva i vođenja državne politike i njenih reformi u pravcu približavanja evropskim standardima i evropskim integracijama.

#### **4. Pravci daljnje tranzicije trgovine u Bosni i Hercegovini**

##### **4.1. Nužne promjene i regulacija marketing okoline**

Budućnost **makrookoline** u Bosni i Hercegovini predstavlja budući razvoj situacije u političkoj, ekonomskoj, demografskoj i tehnološkoj okolini.

Sadašnje stanje u **političkoj okolini** karakterizira postojanje dvaju entiteta: Federacije BiH i Republike Srpske, koji na svojim nivoima donose zakone i postavljaju entitetske vlade. Najznačajniji državni organi za regulaciju legalne trgovine, kao što su Carinska uprava, Porezna uprava, Finansijska policija i Tržišna inspekcija, bili su organizirani na entitetskim umjesto na državnom nivou. Zakoni koji reguliraju rad ovih institucija bili su također entitetski.

Od 1.1.2006. godine na nivou Bosne i Hercegovine funkcioniše Uprava za indirektno oporezivanje, s jedinstvenom kontrolom poreznih i carinskih obaveza, što je najznačajniji korak u regulaciji bosanskohercegovačkog tržišta.

Bosna i Hercegovina treba nastaviti putem **političko-pravne transformacije**, koja će rezultirati boljom regulacijom tržišta kroz:

- Donošenje zakona koji reguliraju kontrolu tržišta i robno-novčanih tokova na nivou države Bosne i Hercegovine;
- Izgradnju i jačanje uloge državnih organa koji kontroliraju tržište i robno-novčane tokove na nivou Bosne i Hercegovine;

- Usaglašavanje entitetskih zakonskih rješenja koja su u nadležnostima entiteta; i

- Razvijanje i jačanje saradnje vlasti s područja oba entiteta.

Politička stabilnost svakako je preduvjet za **stabilizaciju ekonomske okoline**. Stabilizacija ekonomske okoline treba da doprinese kreiranju i provođenju takve makroekonomske politike koja će davati šanse i podsticaje za:

- Oživljavanje i povećanje proizvodnje;

- Izgradnju finansijskih tržišta;

- Motivaciju za ulazak inozemnog kapitala;

- Razvoj tržišne privrede, zasnovane na privatnoj inicijativi i efikasnijem privređivanju kroz konkurenciju kvalitetom proizvoda, cijena i usluga.

Normalizacija političke i ekonomske okoline odrazit će se pozitivno na **stabilizaciju demografske okoline** kroz:

- Brži povratak izbjeglog i raseljenog stanovništva na svoje prostore; i

- Stvaranje uvjeta za njihovo radno angažiranje i normalniji život.

Primjena i uvođenje najsavremenijih tehnologija i znanja u Bosni i Hercegovini će dovesti do **promjena u tehnološkoj okolini** i premošćivanja postojeće zaostalosti za razvijenim svijetom. Sve brži napredak u nauci i tehnici u Bosni i Hercegovini treba da vodi prema:

- Prevladavanju vremenskih i prostornih udaljenosti;

- Efikasnijoj proizvodnji i prometu roba i usluga;

- Bržem prevladavanju zaostajanja u razvoju, kako cjelokupne privrede tako i trgovine.

Pored budućnosti makrookoline, za razvoj trgovine je vrlo bitno i buduće stanje u **mikrookolini**, koje se odnosi na budući razvoj ostalih članova marketing kanala, te na budućnost potrošača, izraženu kroz izmjenu njihovih mogućnosti, potreba i želja.

Kada je u pitanju buduće stanje ostalih članova marketing kanala, treba imati prvenstveno u vidu **proizvodnju**, koja je trenutno daleko ispod potrebnog nivoa. Visina bruto domaćeg proizvoda (GDP) po glavi prisutnog stanovnika u 2005. godini

u Bosni i Hercegovini iznosila je 2.440 USD, što predstavlja svega 10,7% od prosječne visine GDP-a u zemljama Evropske unije u 2002. godini.

GDP po glavi prisutnog stanovnika je skoro dostigao prijeratni nivo jer je u 2005. godini iznosio 99,76% od njegove visine u 1990. godini (2.446 USD). Ipak, bruto domaći proizvod drastično zaostaje ne samo za razvijenim zemljama nego i za susjednim zemljama u tranziciji. Ilustracije radi, visina bruto domaćeg proizvoda po glavi stanovnika u 2003. godini u Republici Hrvatskoj iznosila je 6.669 USD, a u Republici Sloveniji u 2004. godini 16.269 USD.

**Neophodno je da se mjerama makroekonomske politike pristupi oživljavanju i bržem razvoju proizvodnje, njenoj tranziciji na koncept marketing orijentacije, njenoj internacionalizaciji i njenom razvoju zasnovanom na privatnoj inicijativi i efikasnijem upravljanju.** Značaj budućnosti proizvodnje za razvoj trgovine nije vezano samo za impulzivnu fazu u kanalu distribucije, već se značaj proizvodnje ogleda i u kreiranju novostvorene vrijednosti i nacionalnog dohotka, čime ona povećava kupovnu moć i potrošnju.

**Dakle, oživljavanje i intenzivniji razvoj proizvodnje direktno će utjecati na kupovnu moć potrošača, a time i na brži razvoj trgovine.**

Tehnološki razvoj, kulturni i svaki drugi napredak u budućnosti utjecat će na izmjenu potreba i želja potrošača. Stoga će za budući razvoj trgovine biti važno pratiti potrošače i promjene u njihovim potrebama i potrošnji.

**Sve navedeno ukazuje na to da je budući razvoj trgovine usko povezan s budućim ekonomskim i ukupnim društvenim prosperitetom u Bosni i Hercegovini.**

Da bi se smanjilo već prisutno zaostajanje i ubrzao proces tranzicije, neophodno je da bosanskohercegovačka vlada, zajedno s vladama entiteta, uz podršku međunarodne zajednice, osigura funkcioniranje Bosne i Hercegovine kao pravne države, kako u privrednim tako i u svim drugim oblastima. Neophodno je da se osigura politička stabilnost i pravna sigurnost, te da se vlasničko pravo zaštiti od svih oblika političko-pravne nesigurnosti i rizika.

**Poseban zadatak bosanskohercegovačke vlade jest usaglašavanje svih političko-pravnih i ekonomskih pitanja s evropskim standardima, kako bi se moglo računati na ulazak u evropske integracije i postati sastavnim političko-ekonomskim faktorom Evrope. Tek tada možemo računati na ozbiljnije interesiranje stranih investitora za bosanskohercegovačku privredu, a time i na intenzivniji privredni razvoj.**

#### **4.2. Definiranje trgovačke politike u Bosni i Hercegovini**

U okviru ukupnih reformskih pravaca i **definiranja trgovačke politike**, Bosna i Hercegovina je započela i nastavila razvijati model **politike intenzivne modernizacije i strukturne transformacije trgovine**, uz permanentno podsticanje konkurencije kao osnovnog pokretača razvoja trgovine.

Ključna odluka reformskog karaktera trgovinske politike odnosi se na opredjeljenje za **politiku liberalizacije trgovine i tržišta**. Trgovinska politika treba biti usmjerena u pravcu stvaranja uvjeta za ravnopravnu konkurenciju i nesmetano funkcioniranje tržišta.

Zakonski propisi koji reguliraju ekonomske odnose Bosne i Hercegovine s inozemstvom kompatibilni su s propisima evropskih zemalja. Trgovina je liberalizirana. Uvoz i izvoz je u pravilu slobodan, a iznimno se mogu primijeniti kvantitativna ograničenja kod zaštite domaćeg tržišta ili mjera zaštite ljudi, životinja i okruženja.<sup>10</sup>

Politika intenzivne modernizacije i podsticanja konkurencije doprinijet će u isto vrijeme i **ubrzanju strukturnoj transformaciji trgovine**.

Nakon privatizacije državne imovine u trgovini, vlasnička struktura se u potpunosti izmijenila. Ostvareni rezultati u tranziciji doveli su do ispoljavanja prvih tragova djelovanja tržišnog mehanizma, kroz razvoj privatne svojine i konkurencije u trgovini. **Međutim, trgovinska politika mora osigurati mehanizme za suzbijanje još uvijek prisutne nelegalne trgovine i nelojalne konkurencije.**

---

<sup>10</sup> Vanjskotrgovinska komora BiH: "Vanjska trgovina", <http://www.kom-orabih.com/privredabih/priv-bihvanjstrg.html>



Politika intenzivne modernizacije zahtijeva ogromna sredstva za transformiranje tradicionalne trgovine. Ta sredstva se usmjeravaju za finansijsku pomoć tradicionalnim i malim trgovačkim preduzećima, za pružanje tehničkih i profesionalnih usluga u domenu upravljanja i primjeni modernih tehnika trgovine.

Modernizacija je nužno praćena i **diversifikacijom trgovine**, odnosno razvojem raznovrsnih, savremenih organizacionih oblika, sistema i metoda prodaje.

Što se tiče **stanja u Bosni i Hercegovini**, država nije bila u mogućnosti osigurati značajnija finansijska sredstva za ove namjene. Zbog neefikasnog rješenja privatizacije bivše državne trgovine, u postupku prodaje državnog kapitala u trgovini nisu ostvarena značajnija sredstva, jer se prodaja najvećim dijelom odvijala za certifikate građana, dok su stvarna novčana sredstva bila marginalna. Dakle, država kroz privatizaciju državne trgovine nije iskoristila priliku ostvarenja značajnijih novčanih sredstava, koja su mogla biti usmjerena u modernizaciju trgovine.

Ipak, određene korake u pravcu modernizacije trgovine uradila su privatna preduzeća. Međutim, korjeniti koraci u pravcu modernizacije trgovine mogu se očekivati tek nakon privrednog oporavka, političke i ekonomske stabilizacije i značajnijeg ulaska stranog kapitala.

Propise iz oblasti trgovačke politike Bosne i Hercegovine donose odgovarajući državni organi – država, entiteti, kantoni. U dosadašnjoj tranziciji najznačajnije propise su donosili entitetski nivoi vlasti (Zakon o privatizaciji preduzeća, Zakon o privrednim društvima, Zakon o porezu na promet itd.), što je dovelo do određenih raskoraka u provođenju makroekonomske politike.

Iako su prisutna usaglašavanja i harmonizacija entitetskih zakona, neophodno je da se na nivou države Bosne i Hercegovine utvrđuju jedinstvene osnove i donesu propisi za funkcioniranje distributivne trgovine u okviru jedinstvenog bosanskohercegovačkog tržišta. Trenutni politički odnosi u Bosni i Hercegovini ne omogućavaju realizaciju potrebnih sistemskih promjena zbog različitih političkih opcija u pogledu nadležnosti entiteta. Međutim, ako postojeće političke snage žele regulaciju jedinstvenog bosanskohercegovačkog tržišta i napredak u razvoju legalne privrede i legalne trgovine, bit će neophodno da politika prihvati realne ekonomske zahtjeve.

### 4.3. Restrukturiranje upravljanja i razvoj marketing koncepcije

Tranzicija trgovine dovela je do transformacije ranijih socijalističkih trgovačkih preduzeća s državnim svojimom u privatna preduzeća, zasnovana na dioničkom ili pojedinačnom vlasništvu.

Ono što predstoji u narednom periodu jest finansijska konsolidacija, restrukturiranje upravljanja i razvoj marketing koncepcije u tim preduzećima.

Uporedo s vlasničkom transformacijom bivših državnih preduzeća došlo je do eksplozivnog razvoja novonastalih privatnih trgovačkih preduzeća. Međutim, i novonastala privatna trgovačka preduzeća po svome broju i veličini prometa u mnogo slučajeva su mala trgovačka preduzeća, zasnovana na neizgrađenoj strategiji upravljanja i neizgrađenom marketing pristupu u poslovanju.

Zbog toga, obadvije vrste trgovačkih preduzeća, i privatizirana i novonastala, moraju raditi na razvoju strategije upravljanja i razvoju marketing sistema kako bi se osposobili da odgovore zahtjevima koji se mogu očekivati u procesu političke i privredne stabilnosti zemlje. U budućem razvoju trgovačkih preduzeća posebno treba insistirati na njihovoj tržišnoj orijentaciji.

**Restrukturiranje upravljanja u trgovačkim firmama u Bosni i Hercegovini podrazumijeva evoluciju od klasične kupoprodajne orijentacije prema savremenoj marketing koncepciji.** Sadašnje stanje upravljanja u trgovini može se okarakterizirati kao faza evolucije od kupoprodajne orijentacije trgovinskog preduzeća, koje je fokusiralo pitanje osiguravanja adekvatnog asortimana, na odgovarajućem mjestu, u odgovarajuće vrijeme i po prihvatljivim cijenama, kroz parcijalne aktivnosti, **prema savremenoj marketing koncepciji, s integralnim pristupom svim aktivnostima.**

Uspješno funkcioniranje trgovinskih preduzeća u savremenim uvjetima privređivanja zahtijeva **integralan pristup** svim aktivnostima trgovinskog preduzeća, uz punu potrošačku orijentaciju.

Za tržišni karakter maloprodaje neophodan je prelazak na koncept marketing orijentacije, a to znači da će se ponuda roba i usluga, kao i sami oblici prodaje bazirati prvenstveno na potrebama i željama potrošača. Takav pristup obezbijedit će preno-

šenje interesa potrošača putem maloprodaje prema proizvođačima, čime će se i sam proces proizvodnje usklađivati s potrebama i željama potrošača. Od kvaliteta zadovoljenja potreba i želja potrošača zavisit će uspjeh u poslovanju maloprodajnih subjekata, a to znači da će se na kvalitativnoj konkurentskoj osnovi izvršiti tržišna selekcija maloprodavača.

U traganju za konkurentskim prednostima maloprodavači će primjenjivati različite marketing strategije i razvijati različite oblike maloprodaje, što će doprinijeti razvoju maloprodaje prema trendovima u savremenoj svjetskoj maloprodaji.

Na osnovu prethodnih izlaganja može se **zaključiti** da trgovini Bosne i Hercegovine predstoji **restrukturiranje upravljanja** na kvalitativno drugačijim osnovama, prema teoriji i praksi strateškog upravljanja u savremenoj tržišnoj privredi. **Razvoj marketing koncepcije** je uvjet kvalitativnog razvoja trgovine na dugoročnim osnovama.

Dosadašnji razvoj trgovine bio je zasnovan na nedovoljno reguliranim odnosima na tržištu, kada je neloyalna konkurencija eliminirala efekte odgovarajuće marketing strategije. Sve većom regulacijom bosanskohercegovačkog tržišta, kao i uključivanjem Bosne i Hercegovine u globalne svjetske tokove, pitanje marketing koncepcije neće biti pitanje izbora, nego uvjet opstanka na tržištu.

Daljnja tranzicija bosanskohercegovačke trgovine mora obuhvatiti procese restrukturiranja upravljanja i razvoj marketing koncepcije u trgovačkim preduzećima kako bi ona mogla da se razvijaju na principima tržišne privrede i uključuju u međunarodne tokove internacionalizacije trgovine.

#### **4.4. Tranzicija od klasične prema razvoju savremene trgovine**

##### **4.4.1. Razvoj savremene trgovine na veliko**

U Bosni i Hercegovini postoji veliki broj preduzeća koja se bave trgovinom na veliko, ali u njihovoj strukturi je mali broj onih koji su sposobni da pruže širok nivo veleprodajnih usluga, koje u sadašnjoj fazi razvoja zahtijevaju trgovina na malo, proizvodna potrošnja i ostali krupni potrošači. Predimenzionirana

i sitna trgovačka mreža na veliko u Bosni i Hercegovini ne može efikasno djelovati na ubrzanje robnih tokova i racionalizaciju prometnih troškova, jer izostaju efekti ekonomije obima.

Budući razvoj trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini treba biti popraćen razvojem i ostalih privrednih djelatnosti, posebno proizvodnje i trgovine na malo. Broj preduzeća trgovine na veliko treba smanjiti svoje relativno učešće u ukupnoj trgovini na oko 30%, kao u Evropskoj uniji. Ovo smanjenje treba biti rezultat tržišne selekcije na osnovu razvoja krupnijih i snažnijih trgovačkih preduzeća na veliko.

Na osnovu analize razvoja trgovine na veliko u razvijenim evropskim i naprednim tranzicijskim zemljama, koju smo obrazložili u posebnom poglavlju, možemo procijeniti **dva osnovna pravca budućeg razvoja trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini** kroz:

- Koncentraciju, i
- Specijalizaciju.

**Koncentracija trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini** očekuje se kroz procese njenog spajanja i povezivanja u manji broj većih kompanija, s krupnijim i modernijim veleprodajnim kapacitetima, koje će ostvarivati daleko veći obim prometa po preduzeću. Također se očekuje rast produktivnosti trgovine na veliko, izražene kroz veći obim prometa po zaposlenom radniku.

Ulazak većih inozemnih veletrgovaca u Bosnu i Hercegovinu primorat će domaće veletrgovce na integracije i okrupnjavanje, kao neminovnost za opstanak na tržištu. Mnoga trgovinska preduzeća na veliko koja nisu organizacijski, tehnički i kadrovski osposobljena da obavljaju promet na veliko u skladu sa zahtjevima u savremenim uvjetima trebaju postepeno silaziti s tržišne scene.

Za podsticanje racionalizacije robnih tokova neophodna je regulacija tržišta i razvoj odgovarajućih uvjeta privređivanja, koji bi snagom ekonomske logike doveli do izražaja uspješne nosioce trgovine na veliko. Racionalizacija trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini može se ostvariti kroz razvoj jačih trgovačkih preduzeća na veliko, koja će raspolagati razvijenom materijalno-tehničkom osnovom i transportnim sredstvima, velikim obrtnim sredstvima, stručnim kadrovima i sa strategijskim pristupom

upravljanju i marketing koncepciji. Uspješno i racionalno usklađivanje proizvodnje i potrošnje zahtijeva savremene skladišne prostore, s industrijalizacijom procesa distribucije.

Budućnost veleprodajnih kapaciteta pripada distributivnim centrima, koji se u razvijenim zemljama vrlo intenzivno izgrađuju. Samo ovi oblici fizičke distribucije roba moći će ostvarivati povratni utjecaj na proizvodnju i pružati visok nivo usluga kupcima.

**Specijalizacija** trgovine na veliko bit će potrebna zbog afirmacije njene asortimanske funkcije, jer samo specijalizirani grosisti mogu osigurati asortiman po dubini i povratno djelovati na odgovarajuće procese u proizvodnji.

Ako analiziramo iskustva razvijenih evropskih zemalja u ranijem poglavlju, onda možemo očekivati sljedeće modele specijalizacije i unutar trgovine na veliko u Bosni i Hercegovini:

- Poljoprivredno-prehrambeni model trgovine na veliko (sredstva za poljoprivredu i prehrambeni proizvodi);
- Neprehrambeni model trgovine na veliko (tekstil i obuća, kućanski aparati, kozmetika, namještaj itd.);
- Inter-industrijski model trgovine na veliko (repromaterijali i oprema za proizvođače).

Industrijalizacija prometa na veliko na principu modernih i visokomehaniziranih skladišta i distributivnih centara zahtijevat će relativno krupna i specijalizirana trgovinska preduzeća.

Manja trgovinska preduzeća na veliko trebaju također biti opremljena objektima, kadrovima i obrtnim sredstvima ako žele uspješno obavljati svoju grosističku funkciju. Ona će moći voditi konkurentsku borbu kroz specijalizaciju svoje ponude za manje linije proizvoda, ciljajući klijentelu manjih preduzeća, koja je ignorirana od velikih veleprodavača.

#### **4.4.2. Razvoj savremene trgovine na malo**

Komparacijom stanja maloprodaje u Bosni i Hercegovini sa stanjem savremene svjetske maloprodaje vidimo koliko zaostajemo, odnosno koliko je naša maloprodaja više klasična nego savremena. Na planu razvoja maloprodaje bit će potrebno puno vremena, a sam razvoj će zavisi od ukupnog stanja u bosansko-hercegovačkoj privredi i marketing okolini.

Ono što se može prvo uraditi u pravcu savremenog uobli-  
čavanja maloprodaje u Bosni i Hercegovini jest **modernizacija  
postojećih objekata i asortimanska specijalizacija.**

Daljnji razvoj maloprodaje u Bosni i Hercegovini treba da  
se odvija u skladu s razvojem proizvodnje i potrošnje. Njen  
daljnji razvoj će se odvijati u sve složenijim uvjetima društveno  
-ekonomskog okruženja, u kojima će se njena uloga u snabdije-  
vanju povećavati.

Na osnovu analize razvoja maloprodaje u savremenim  
evropskim i naprednijim tranzicijskim zemljama, koju smo vidjeli  
u poglavlju komparativne analize svjetske trgovine, možemo  
procijeniti sljedeće osnovne **pravce budućeg razvoja malo-  
prodaje u Bosni i Hercegovini:**

- Strukturna transformacija maloprodajnih oblika;
- Razvoj specijalizacije;
- Razvoj vlastite marke;
- Koncentracija;
- Internacionalizacija.

**Strukturna transformacija maloprodajnih oblika u Bosni  
i Hercegovini** bit će izražena kroz trend značajnijeg povećanja  
učešća većih maloprodajnih oblika (hipermarketa, supermarketa,  
diskonta), uz istovremeno smanjenje broja klasičnih i manjih  
maloprodajnih oblika.

Iskustva naprednih tranzicijskih zemalja pokazala su da su  
veći maloprodajni formati za samo jednu deceniju dostigli  
učešće i do 50% (razvijene zemlje EU i do 75%) tržišnog udjela.  
Ovakva intenzivna promjena strukture rezultat je značajnijeg  
investiranja inozemnih kompanija, koje je zapaženo nakon  
1995. godine.

Strukturna transformacija maloprodajnih oblika u Bosni i  
Hercegovini već je evidentna. Razvijen je jedan broj domaćih  
trgovinskih (šoping) centara, hipermarketa i supermarketa, kao  
što su lanci VF Komerc Sarajevo, Fis Vitez, Slavija - Cash &  
Carry Centar Banjaluka itd.

Pored domaćih, prisutni su i inozemni trgovinski centri, hiper-  
marketi i supermarketi, kao što su francuski Interex, s velikim  
objektima u Sarajevu i Tuzli, slovenski Merkator u Sarajevu i u  
Tuzli itd.

Oštra konkurencija, kao i zasićenost na tržištu Evropske unije, u perspektivi će rezultirati intenzivnijim ulaskom većih maloprodajnih oblika i na tržište Bosne i Hercegovine. Činjenica je da su hipermarketi bili jedan od prvih maloprodajnih oblika koji su evropske kompanije koristile za ulazak na tržišta naprednijih tranzicijskih zemalja. Stoga je moguće ubuduće očekivati da će se daljnji rast hipermarketa bazirati na većoj internacionalizaciji.

Tržišna pozicija manjih prodavnica bit će slabija, ali njihova konkurentska sposobnost će se unapređivati kroz udruživanje u nabavne grupe, ili ulazak u franšizne odnose. Slična situacija se već vidjela u Sloveniji (nabavna grupa “Suma 2.000”), Mađarskoj (lanac Co-op, s oko 1.900 objekata), te aktivnosti franšizing lanca “Rema 1.000” u Slovačkoj i Poljskoj itd.

Budući razvoj trgovine na malo u Bosni i Hercegovini treba biti zasnovan na većem razvoju trgovačkih preduzeća umjesto široko rasprostranjene mreže samostalnih trgovačkih radnji, jer glavnu perspektivu razvoja, koncentracije i internacionalizacije maloprodaje mogu ostvariti samo trgovačka preduzeća na malo.

Strukturna transformacija maloprodaje će u perspektivi dovesti i do povećanja prosječnog prometa po prodavnici i približiti ga prema njegovoj visini u Evropskoj uniji.

Budući razvoj trgovine na malo treba očekivati kroz optimizaciju trgovačke mreže u pogledu broja i razmještaja prodavnica, njihove opremljenosti, funkcionalnosti i snabdjevenosti. Naravno, ovakav razvoj treba očekivati kao rezultat konkurentskog natjecanja i borbe za konkurentsku prednost trgovačkih subjekata, a zadaci vlade svode se na osiguranje normalnog i ravnopravnog konkurentskog ambijenta na tržištu Bosne i Hercegovine.

**Razvoj specijalizacije u maloprodaji Bosne i Hercegovine** bit će izražen kroz četiri različite vrste specijalizacije:

- Specijalizacija prema industrijskoj grani (tekstil, namještaj, igračke itd.);
- Specijalizacija prema proizvodu (kravate, šalovi, košulje itd.);
- Specijalizacija prema ciljnoj potrošačkoj grupi (djeca, žene, muškarci);
- Specijalizacija prema namjeni proizvoda (proizvodi za odmor, prirodu, sport itd.).



Povećanje specijalizacije rezultirat će opadanjem učešća mješovitih prodavnica. Buduća specijalizacija će težiti prema hiperspecijalizaciji, vertikalnoj integraciji operacija i internacionalnoj koncentraciji.

**Razvoj vlastite marke u maloprodaji Bosne i Hercegovine** očekuje se kroz razvoj strategije kako na nacionalnom tako i na internacionalnom nivou. Prihvatanje politike vlastite marke bit će inicirano prvenstveno potrebom za konkurentskom razlikom, zbog potrošačke lojalnosti određenoj marki proizvoda. Neki maloprodavači će bazirati svoju marketing strategiju na izboru dobro poznatih marki proizvoda.

Još u 1991. godini maloprodavači s vlastitom markom predstavljali su 18% prehrambene prodaje u Evropi. Učešće proizvoda s privatnom markom u ukupnoj prodaji maloprodavača Velike Britanije u 2000. godini iznosilo je 45%.

Iskustvo navedenih zemalja upućuje na zaključak neminovnog razvoja vlastite marke i u maloprodaji Bosne i Hercegovine. Međutim, značajniji razvoj vlastite marke u maloprodaji može se očekivati nakon značajnijeg stepena internacionalizacije maloprodaje.

**Proces koncentracije trgovine na malo u Bosni i Hercegovini** jako je nizak, ali je evidentan. Rast koncentracije maloprodaje očekuje se kroz ubrzani rast najvećih firmi, kroz tržišnu selekciju, te kroz merdžere i akvizicije.

Koncentracija maloprodaje dovest će do nastanka **manjeg broja većih maloprodavača**, povezanih s veletrovinom i proizvođačima u vertikalne marketing sisteme, koji će na tržištu nastupati sa širokim asortimanom, i **većeg broja specijaliziranih maloprodavača**, koji će na tržištu nastupati s užim, specijaliziranim asortimanom.

Ipak, značajniji stepen koncentracije može se očekivati nakon značajnijeg stepena internacionalizacije maloprodaje, što pokazuju iskustva naprednijih tranzicijskih zemalja, koja smo elaborirali u ranijim poglavljima.

Povećanje koncentracije maloprodaje dovest će i do povećanja prosječnog prometa po preduzeću u maloprodaji u Bosni i Hercegovini, koji je još daleko niži nego u Evropskoj uniji.

**Internacionalizacija maloprodaje u Bosni i Hercegovini** također je jako niska, ali je ipak evidentna. Učešće trgovačkih

preduzeća s inozemnim i mješovitim kapitalom u ukupnom broju trgovačkih preduzeća u 2002. godini bilo je samo 10,5%.

Uključivanje Bosne i Hercegovine u međunarodne privredne tokove dovest će i do internacionalizacije maloprodaje, što će rezultirati trendom - *manje nacionalnih, a više internacionalnih poduzetnika*, kao i u zemljama Evropske unije.

Pojedini inozemni maloprodavači (Merkator, Interex i drugi) već su kroz samostalni start – direktno ulaganje, otvorili jedan broj velikih maloprodajnih objekata. Pored njih, evidentna su u izvjesnoj mjeri i zajednička ulaganja između domaćih i inozemnih maloprodavača.

#### **4.4.3. Razvoj elektronske trgovine u Bosni i Hercegovini**

Uključivanje Bosne i Hercegovine u globalnu svjetsku mrežu Internet počelo je nakon rata, krajem devedesetih godina prošlog vijeka. Uvođenje informacijskih tehnologija i računara također se intenziviralo i u privredi i u domaćinstvima. I pored toga, kupovina preko Interneta u Bosni i Hercegovini nije bila moguća do unazad nekoliko godina zbog kašnjenja banaka u izdavanju kreditnih kartica, kojima se inače vrši plaćanje u elektronskoj trgovini.

U Bosni i Hercegovini ne postoji elektronska maloprodaja u nekom značajnom obimu. Pojedinačne sitne kupovine stanovništva preko Interneta uglavnom su usmjerene na kupovinu kod inozemnih kompanija, koje na web stranicama nude određene robe koje nisu prisutne na domaćem tržištu (stručna literatura, CD, neki sitni tehnički i luksuzni proizvodi itd.).

U Bosni i Hercegovini trenutno ne postoje realne pretpostavke za značajniji razvoj elektronske trgovine. Za razvoj elektronske trgovine u Bosni i Hercegovini potrebno je ostvariti neophodne **institucionalne i tehničke preduvjete**. Strategija informatizacije Bosne i Hercegovine je u fazi pripreme.

**Strategija budućeg razvoja elektronske trgovine** u Bosni i Hercegovini treba biti zasnovana na sljedećim pretpostavkama:

- Povećanje nivoa privrednog i ukupnog društvenog razvoja;
- Veća povezanost telekomunikacijskih i informacijskih sistema;

- Veća obrazovanost stanovništva u pogledu informacijskih tehnologija i poznavanja engleskog jezika; i
- Adekvatno pravno reguliranje elektronske trgovine.

Za razvoj elektronske trgovine neophodno je da se država Bosna i Hercegovina aktivnije uključi u implementaciju elektronske razmjene podataka EDI i EDIFACT standarda, kao osnove elektronske trgovine u domaćoj privredi, i da pomogne preduzećima u razvoju ove vrste trgovine.

U budućnosti se može očekivati da će primjena naučno-tehnološkog progressa i informacijskih tehnologija u trgovini razvijenih zemalja nametnuti potrebu intenzivne primjene elektronske razmjene podataka – EDI, i u bosanskohercegovačkoj trgovini. Primjena informacijskih tehnologija i razvoj elektronske trgovine daju nove impulse u razvoju teorije i prakse modernog trgovinskog menadžmenta. Putem elektronske razmjene podataka (EDI) osigurat će se efikasna komunikacija između trgovinskih, proizvođačkih, uslužnih i finansijskih kompanija u čitavom lancu vertikalne razmjene. U tom kontekstu EDI će postati strateško opredjeljenje menadžmenta u bosanskohercegovačkoj trgovini.

Osim toga, država Bosna i Hercegovina mora i dalje raditi na harmonizaciji propisa i standarda s međunarodnim standardima s obzirom na to da elektronska trgovina zahvata internacionalne razmjere.

#### **4.4.4. Globalizacija i internacionalizacija trgovine Bosne i Hercegovine**

Integracija i globalizacija svjetskog tržišta rezultirali su u **internationalizaciji trgovine**, a posebno njenog sektora maloprodaje. Na scenu sve intenzivnije dolazi **globalna trgovina**, a posebno njen sektor globalna maloprodaja.

Trgovina Bosne i Hercegovine mora nastaviti svoju duboku transformaciju u prijelazu od tradicionalne, nacionalne distributivne industrije, prema organiziranoj i koncentriranoj internacionalnoj trgovini.

Konkurentske prednosti trgovačkih preduzeća u Bosni i Hercegovini mogle bi se unaprijediti njihovom internacionalizacijom, na način da ambijent zemlje postane značajan za kon-

kurentske prednosti inozemnih kompanija koje bi u našu državu prenijele dio svojih poslova ili razvile nove poslove. Bosna i Hercegovina ne može ponuditi veliko tržište, ali može biti zona međunarodnog biznisa zbog svoga povoljnog položaja i konkurentskih prednosti koje će trebati izgraditi.

Postoje dva pravca u internacionalizaciji trgovine Bosne i Hercegovine, a to su:

*1. Internacionalizacija na postojećem bosanskohercegovačkom tržištu kroz:*

- a) Strane direktne investicije u trgovinu Bosne i Hercegovine;
- b) Zajednička ulaganja s inozemnim kompanijama na bosanskohercegovačkom prostoru;
- c) Prihvatanje licenci;
- d) Koncesije; i
- e) Prihvatanje franšizing sistema.

*2. Internacionalizacija kroz osvajanje novih tržišta u regionu* - mogućnost da BiH preduzeća usvoje i primjenjuju orijentaciju na strana tržišta, prije svega u regionalnim razmjerama kroz:

- a) Investicije u vlastitu kompaniju ili u vlastite maloprodajne formate u inozemstvu kroz akvizicije ili samostalni start (transnacionalne kompanije);
- b) Investicije u zajedničku kompaniju - zajednička ulaganja u inozemstvu (multinacionalne kompanije);
- c) Prodaju licence;
- d) Koncesije; i
- e) Davanje franšizing sistema.

Ipak, ozbiljnije pokretanje trgovine Bosne i Hercegovine u pravcu internacionalizacije može se očekivati nakon ulaska Bosne i Hercegovine u evropske ekonomske integracije. Evropsko iskustvo pokazuje da je značajnije pokretanje prema internacionalizaciji unutar Evrope zabilježeno tek nakon formiranja slobodnog evropskog tržišta i Evropske unije, čime su uklonjene sve barijere za slobodan protok robe, radne snage i kapitala. Ulazak Bosne i Hercegovine u evropske ekonomske integracije doveo bi do slobodnijeg i sigurnijeg ulaska stranih kompanija na bosanskohercegovačko tržište, što bi dovelo do značajnijeg ekonomskog rasta i povećanja potrošačkog potencijala.

Inozemne trgovačke kompanije prilikom ulaska na nova tržišta prvenstveno analiziraju profitabilnost ulaska, a za profitabilnost je potreban određeni nivo potrošačkog potencijala. Stoga je od presudnog značaja, kako za razvoj i internacionalizaciju trgovine tako i ukupne privrede, ispunjavanje uvjeta za ulazak u evropske ekonomske integracije, čime bi se Bosna i Hercegovina uključila u jedinstven evropski ekonomski prostor, što bi kroz određene komparativne prednosti dovelo do daleko bržeg razvoja i tranzicije kako cjelokupne privrede tako i trgovine kao njene grane.

#### **4.4.5. Uvođenje međunarodnih standarda u trgovinu Bosne i Hercegovine**

Bosna i Hercegovina se pridružila svjetskom pokretu za poboljšanje kvaliteta proizvoda i usluga. Na osnovu Uredbe sa zakonskom snagom (Službeni list R BiH 2/92), Uredbe o standardizaciji (Sl. list R BiH 13/93 i 13/94), još u 1992. godini formiran je **Zavod za standardizaciju, mjeriteljstvo i patente BiH**. Tokom ratnih i poslijeratnih promjena, ovaj zavod je mijenjao organizacijski nivo, pa je na osnovu Zakona o upravi i upravnim organizacijama Bosne i Hercegovine (Sl. list R BiH 17/96) bio u sastavu Ministarstva za industriju i energetiku.

Na osnovu Zakona o osnivanju Instituta za standardizaciju, mjeriteljstvo i intelektualno vlasništvo BiH (Sl. glasnik R BiH 19/2001), raniji Zavod za standardizaciju, mjeriteljstvo i patente BiH se transformirao i u organizacijskom nivou i u nazivu, pa se na nivou Bosne i Hercegovine formirala samostalna institucija - **Institut za standardizaciju, mjeriteljstvo i intelektualno vlasništvo BiH**. Također je donesen i novi Zakon o standardizaciji BiH (Sl. glasnik R BiH broj 19/2001).

Institut za standarde, mjeriteljstvo i intelektualno vlasništvo BiH zvanično je izdao bosanskohercegovačke standarde (**BAS standarde**):

- **BAS EN ISO 9.001 : 2001 “Sistem upravljanja kvalitetom – Zahtjevi”**, (prijevod engleske verzije evropskog standarda EN ISO 9001:2000);

- **BAS EN ISO 9.000 : 2001 “Sistem upravljanja kvalitetom – Osnove i rječnik”**, (prijevod engleske verzije evropskog standarda EN ISO 9000:2000).<sup>11</sup>

Nakon rata, ukupna privredna tranzicija nametnula je i potrebu postepenog prelaska cjelokupne privrede Bosne i Hercegovine na međunarodne standarde. Međutim, zbog posljedica rata, kao i ukupne privredne zaostalosti, naša preduzeća nalaze se u fazi uvođenja međunarodnih standarda kvaliteta ISO 9.000 i eko standarda ISO 14.000.

Na dan 10.6.2006. godine, na web stranici Interneta Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine objavljena su 134 preduzeća s područja Bosne i Hercegovine koja su dosada dobila certifikat ISO 9.001 : 2.000 i 7 preduzeća koja su dobila certifikat ISO 9.001 : 2.000 plus certifikat za eko standard - ISO 14.001 : 1996.<sup>12</sup>

U Bosni i Hercegovini treba nastaviti tranziciju cjelokupnog privrednog sistema prema ekološkoj privredi, koja je uveliko zahvatila tržišno razvijene zemlje, a posebno Japan, zemlje Evropske unije i SAD. Tranzicija prema ekološkoj privredi je uvjet ulaska naših proizvoda na razvijena inozemna tržišta. Ekološka privreda, eko-trgovina, eko-marketing i eko-menadžment nerazdvojni su elementi tranzicijskih promjena u cjelokupnoj privredi.

Stoga će i trgovina Bosne i Hercegovine morati razvijati poslovnu filozofiju na osnovama kvaliteta i eko-marketinga, uz afirmaciju eko-menadžmenta. Za buduću internacionalizaciju i savremeni razvoj trgovine Bosne i Hercegovine neophodna je standardizacija kvaliteta, kako asortimana roba tako i trgovačkih usluga, prema usvojenim međunarodnim standardima.

## **5. Zaključak**

Bosna i Hercegovina je zemlja u tranziciji koja s nivoom privrednog razvoja uveliko zaostaje za zemljama Evropske unije,

---

<sup>11</sup> Privredna komora Kantona Sarajevo, <http://www.pkسا.com.ba/bosanski/firme/certifikati/certifikati.html> 28. 5. 2003.

<sup>12</sup> Vanjskotrgovinska/Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, <http://www.komorabih.com/privredabih/lista%20certificirorganubih1.doc> 10.06.2006.

kao i ostalim razvijenim državama. S obzirom na nizak nivo ukupnog privrednog razvoja i trgovina Bosne i Hercegovine uveliko zaostaje za savremenom trgovinom.

Analiza **učešća trgovine u ukupnoj privredi Bosne i Hercegovine** pokazuje da je postignuto određeno približavanje učešća trgovine Bosne i Hercegovine u ukupnoj privredi prema strukturi učešća trgovine u ukupnoj privredi u Evropskoj uniji.

**Sektorska struktura distributivne trgovine Bosne i Hercegovine** u 2003. godini približila se sektorskoj strukturi Evropske unije u pogledu učešća zaposlenih i prometa po djelatnostima. Međutim, kada je u pitanju sektorska struktura broja preduzeća, trgovina Bosne i Hercegovine pokazuje drastičan raskorak u odnosu na Evropsku uniju.

**Relativna sektorska struktura prometa** distributivne trgovine u 2003. godini skoro u potpunosti se približila strukturi trgovine u Evropskoj uniji. Međutim, **apsolutne veličine prometa** pokazuju drastično zaostajanje trgovine Bosne i Hercegovine za trgovinom Evropske unije.

Sektorska **struktura zaposlenih** u distributivnoj trgovini u Bosni i Hercegovini u 2003. godini također pokazuje sličnost sa strukturom u EU, osim trgovine motornim vozilima.

**Trgovačka mreža** Bosne i Hercegovine značajno zaostaje za Evropskom unijom. Broj trgovačkih preduzeća na 10.000 stanovnika trostruko je niži u Bosni i Hercegovini nego u ostalom evropskom području, kao rezultat zaostalog razvoja kako cjelokupne privrede tako i trgovine.

Za uspješan **nastavak tranzicije** trgovine u Bosni i Hercegovini neophodno je da se nastavi političko-pravna transformacija, koja će rezultirati boljom regulacijom tržišta. Potrebno je da se na nivou države Bosne i Hercegovine definiira jedinstvena trgovačka politika, donese jedinstvena zakonodavna regulativa i izvrši ustrojstvo jedinstvenih državnih organa, koji su nadležni za integralnu kontrolu robno-novčanih tokova na cijelom području BiH.

Također je neophodno da se mjerama makroekonomske politike utječe na brži razvoj proizvodnje i ukupnih privrednih aktivnosti, čime bi se povećao bruto domaći proizvod i kupovna moć stanovništva, kao preduvjeti za smanjenje apsolutne zaostalosti bosanskohercegovačke trgovine.



Trgovina Bosne i Hercegovine treba da nastavi putem daljnje tranzicije kroz:

- Restrukturiranje upravljanja i razvoj marketing koncepcije, kroz izgradnju zajedničke politike marketinga s proizvođačima, na principima vertikalnog marketinga, što će rezultirati efikasnijim usklađivanjem proizvodnje sa zahtjevima krajnjih potrošača;

- Tranziciju od klasične prema razvoju savremene trgovine, koja će se ostvariti kroz veću specijalizaciju u asortimanskoj ponudi, intenzivniju modernizaciju i strukturnu transformaciju;

- Okrupnjavanje i koncentraciju odnosno razvoj manjeg broja većih trgovačkih subjekata;

- Razvoj i povećanje učešća elektronske trgovine;

- Uvođenje međunarodnih standarda u trgovinu;

- Izraženiju globalizaciju i internacionalizaciju trgovine.

Razvoj elektronske trgovine i uvođenje međunarodnih standarda u trgovinu doprinijet će bržoj internacionalizaciji i globalizaciji bosanskohercegovačke trgovine.

## Literatura

1. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine: Statistički bilten 2/2000, 1/2003, 6/2003 1/2004 i 1/2005, Sarajevo, <http://www.bhas.ba>
2. Agencija MIB doo Sarajevo: *BH Media market monitor*, godišnja publikacija, 2003.
3. Centralna banka Bosne i Hercegovine: Kursna lista, <http://www.cbbh.gov.ba>
4. Centralna banka BiH, [http://cbbh.ba/statistika/glavni\\_ekonomski\\_indikatori/bdp\\_tabela.xls09.05.2006](http://cbbh.ba/statistika/glavni_ekonomski_indikatori/bdp_tabela.xls09.05.2006)
5. Centralna banka BiH: Stanja ukupnih stranih ulaganja u BiH, 10.5. 2006. [http://cbbh.ba/statistika/fdi/stanje\\_stranih\\_ulaganja\\_u\\_2003\\_2004.xls](http://cbbh.ba/statistika/fdi/stanje_stranih_ulaganja_u_2003_2004.xls)
6. Ćuzović, dr. Sreten i dr. Predrag Ivanović: *Inovacije u trgovinskom menadžmentu*, Niš, 2002.
7. Dnevni avaz: "Preliminarni rezultati upisa", Sarajevo, 3. aprila 2001, str. 27-38.

8. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske: “Statistički ljetopis 2005.” <http://www.dzs.hr>
9. Ekonomski institut Sarajevo: *Strategija ekonomskog razvoja Bosne i Hercegovine*, makroekonomski aspekt, finalna verzija, Sarajevo, 1997.
10. European Communities: *Wholesale Trade in the European Economic Area 1997*, Eurostat, 1998.
11. European Communities: *Retailing in the Central European Countries 1996*, Eurostat, 1997.
12. European Communities: *Distributive Trades in Europe*, Eurostat, 2001.
13. European Communities: *Share of Motor, Wholesale and Retail Trades in Total Distributive Trades in Terms of Turnover*, Eurostat, 2006. [http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1996,39140985&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen=detailreef&language=en&product=Yearlies\\_new\\_industry&root=Yearlies\\_new\\_industry/D/D3/eac11536](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailreef&language=en&product=Yearlies_new_industry&root=Yearlies_new_industry/D/D3/eac11536)
14. European Communities: *Share of Motor, Wholesale and Retail Trades in Total Distributive Trades in Terms of Employment*, Eurostat, 2006. [http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1996,39140985&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen=detailreef&language=en&product=Yearlies\\_new\\_industry&root=Yearlies\\_new\\_industry/D/D3/eac12048](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailreef&language=en&product=Yearlies_new_industry&root=Yearlies_new_industry/D/D3/eac12048)
15. Federalna agencija za privatizaciju: *Lista privatiziranih preduzeća*, Sarajevo, 2003.
16. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak 1993-1998. godine*, Sarajevo, 1998.
17. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 1999.*, Sarajevo, 1999.
18. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 2000.*, Sarajevo, 2000.
19. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 2001.*, Sarajevo, 2001.
20. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 2002.*, Sarajevo, 2002. <http://www.fzs.ba>
21. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 2003.*, Sarajevo, 2003. <http://www.fzs.ba/ZapN/ZapiPlaGodB.htm>

22. Federalni zavod za statistiku; <http://www.fzs.ba/Gdp/BrDomPrB%20htm>
23. Federalni zavod za statistiku: *Statistički godišnjak Federacije BiH 2005.*, Sarajevo, 2005. <http://www.fzs.ba>
24. Hrvatska narodna banka: Godišnji i mjesečni prosjeci srednjih deviznih tečajeva [http://www.hnb.hr/publikac/bilten/statisticki\\_pregled/h9.xls](http://www.hnb.hr/publikac/bilten/statisticki_pregled/h9.xls)
25. JP BiH Telecom, Sektor marketinga: “Podaci po zahtjevu autora”, dostavljeni putem e-maila dana 5. 6. 2003.
26. Lovreta, dr Stipe i drugi: *Trgovina – teorija i praksa*, Savremena administracija, Beograd, 1998.
27. Lovreta, dr Stipe i drugi: *Strategija i politika trgovine Republike Srbije*, Beograd, 2003.
28. McGoldrick, J. Peter and Gary Davies: *International Retailing: Trends and Strategies*, Financial Times, London 1995.
29. Mešić Ishak, *Ownership Transformation of Trade in Bosnia and Herzegovina*, ICES 2003 - Second International Conference of the Faculty of Economics in Sarajevo: “From Transition to Development: Globalisation and Political Economy of Development in Transition Economies”, Sarajevo, October 9-11, 2003.
30. Mešić Ishak, *Tranzicija trgovine u Bosni i Hercegovini*, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2005.
31. Privredna komora Kantona Sarajevo: <http://www.pksa.com.ba/bosanski/firme/certifikati/certifikati.html>, 28.05.2003.
32. Privredna štampa Sarajevo, *Poslovne novine broj 1120/1121*, Sarajevo, 2003.
33. Republički zavod za statistiku RS: Statistika unutrašnje trgovine, St. bilten 1/2006, <http://www.rzs.rs.ba>
34. Republički zavod za statistiku RS: Kvartalni statistički pregled, brojevi 1, 2, 3 i 4/2003, 4/2005, RZSRS, <http://www.rzs.rs.ba>
35. Statistični urad Republike Slovenije: “Statistične informacije št. 308/2003”, <http://www.stat.si>.
36. Statistični urad Republike Slovenije: “Statistični letopis Republike Slovenije 2005.” <http://www.stat.si>

37. Top 200 Global Retailers January 2004, Economic & Social Indicators, Global Outlook, August 2003, Economist Intelligence Unit, <http://www.stores.org>
38. U.S. Census Bureau, 2001 Annual Survey of Manufactures, and Annual Retail Trades Survey (Revised April 2003.), and 2001 Annual Trade Survey (Revised april 2003.). <http://www.census.gov/svsd/retlann/pdf>
39. Vanjskotrgovinska komora BiH: Vanjska trgovina, <http://www.komorabih.com>, 2006.
40. Vanjskotrgovinaska komora BiH: “Elektronsko poslovanje”, <http://www.komorabih.com>
41. World Bank, *Bosna i Hercegovina - od oporavka do održivog rasta*, Washington, 1997.
42. Službeni list SFRJ 77/88: “Zakon o preduzećima”, Beograd, 1988.
43. Službeni list BiH 2/92: “Zakon o preduzećima”, Sarajevo, 1992.
44. Službeni list BiH 33/94: “Zakon o preduzećima”, Sarajevo, 1994.
45. Službeni list BiH 33/94: “Zakon o pretvorbi društvene svojine”, Sarajevo, 1994.
46. Službene novine Federacije BiH broj 27/97: “Zakon o privatizaciji preduzeća”, Sarajevo, 1997.