



Zaključci sa VIII Naučne konferencije sa međunarodnim učešćem "Jahorinski poslovni forum 2019"

Osma naučna konferencija sa međunarodnim učešćem "Jahorinski poslovni forum" okupila je preko 100 učesnika sa 60 naučnih radova. O temi ovogodišnje konferencije – *Tržište, moral i ekonomska politika u svjetlu modernizacije ekonomije i biznisa* govornici su raspravljali kroz panele i sesije (plenarna sesija, panel diskusija, sesija za ekonomiju i sesija za turizam), a završni dio programa namijenjen je izlaganju studentskih radova. Kroz prezentacije radova uvodničara i diskusije na konferenciji su učestvovali predstavnici vlasti i javnog sektora, predstavnici privatnih preduzeća i naučni radnici sa preko dvadeset fakulteta iz zemlje i regiona.

Prilikom otvaranja konferencije uvodničari su ukazali na:

- *Prof. dr. Ljubo Jručić* je analizirao prošlost, sadašnjost i budućnost Evropske unije kao cilja kome teže zemlje našeg regiona. Evropski projekat još tvrdo stoji, ali se sve više udaljava od dobrog dijela (sem mira) svojih izvornih vrijednosti. Danas EU sve više integriše kapital, a ne izvorni ciljevi : solidarnost, saradnja, zajednički razvoj i sl. Jurčić se na kraju zadržao na Bregzitu koji je uzdrmao EU i otvorio značajne pukotine i u mnogim drugim državama.
- *Prof. dr Branko Derić* je usmjerio pažnju na tržište, ekonomsku politiku i ulogu javnosti u dinamiziranju privrednog napretka. Posebno je naglasio da danas napreduju samo zemlje koje više drže do moralnosti i legitimiteta u svom privrednom i društvenom razvoju inkorporirajući ih u zakonodavstvo, sistem vrijednosti i prije svega leadersku, kadrovsku stranu političkog procesa.
- *Prof. dr Miomir Jakšić* centralno mjesto u svom izlaganju posvetio je institucijama kao segmentu institucionalnog razvoja, njihovim svojstvima, ulogama i značaju za rast, inovacije, promjene itd, stabilnost i kvalitet progresa. Loše institucije, prema mišljenju Jakišića, uvećavaju oportunitetni trošak, smanjuju prinose preduzetnicima i nisu inkluzivne.
- *Prof. dr Goran Popović* je prezentovao svoja istraživanja u vezi sa privrednim rastom u regionu i BiH koji prate naročito niska produktivnost i velika nezaposlenost, ali i veliki deficiti u razmjeni sa inostranstvom. Prema njegovom mišljenju, zemlje su primorane povećati investicije pa i otvarati se jače prema stranim direktnim investicijama (SDI) u slučaju kada se pati od hroničnog nedostatka domaćeg kapitala za investiranje.

Preostali radovi izloženi su u okviru dvije sesije - Ekonomija i Turizam, koje su okupile predstavnike sa fakulteta, instituta, javnih i privatnih ustanova širom BiH, Srbije, Hrvatske, Makedonije, Crne Gore i drugih zemalja.

U okviru ekonomske sesije prezentovani su radovi raznorodne tematike. Oni su u fokusu imali aktuelna pitanja relevantna za modernizaciju privrede i društva, posebno lociravši zaključke, do kojih se došlo, na eks - jugoslovenski prostor:

- Postoje značajene geoekonomske implikacije na stanje u Evropskoj uniji i na njenu politiku proširenja kao izrazito važnu determinantu i katalizator ekonomskih i političkih procesa u zemljama bivše Jugoslavije, a koji imaju opredjeljujući uticaj na formiranje ekonomskih politika i dinamiku modernog ekonomskog i društvenog razvoja.
- Identifikovano je da promjene odnosa u globalnoj ekonomskoj i političkoj areni imaju dejstvo na razvojnu perspektivu eks - jugoslovenskog prostora.
- Ukazano je na opasnost od nove finansijske krize uz analizu onoga što je na globalnom planu promijenjeno u proteklih deset godina, posmatrano kroz prizmu načina na koji bi svijet danas mogao spriječiti pojavu i razmjere potencijalne nove globalne krize.
- Razmotreni su i načini mogućeg prelijevanja nove krize na ekonomije BiH i Hrvatske, uzimajući u obzir kanale posredstvom kojih je i prethodna kriza pogodila navedene ekonomije.

- Predstavljene su i analize iskustava članstva u Evropskoj Uniji posmatrano i sa strane otvorenih mogućnosti i sa strane obaveza i naglašeno je da je glavni uzročnik razočaravajućih efekata od članstva institucionalna i kadrovska nespremnost da se iskoriste potencijali koje punopravno članstvo otvara uključujući i prisutno neznanje u izboru onih razvojnih koncepcija koje integrisanje u Evropsku Uniju čini optimalnim.
- Naučnu pažnju privuklo je i sagledavanje globalizacije kao resursa za modernizaciju privrede, posmatrano kroz konfliktne i komplementarne odnose transnacionalnih kompanija i nacionalnih ekonomija. Razmatrana su i pitanja ekonomskog suvereniteta, ne samo zemalja, već i ekonomskih blokova kao što je EU.
- Kritički su sagledavane posljedice neoliberalnog tržišta sa stanovišta društveno prihvaćenog moralnog gledišta.
- Problematizovani su i modeli privrednog rasta zemalja bivše Jugoslavije usljed dovođenja ekonomija u zamku srednjeg dohotka, kao i potreba da se usmjeravaju ekonomske politike prema razvoju privredne strukture, komponovane od sektora višeg tehnološkog nivoa i produktivnosti.
- Pored procjene potencijalnih efekata protekcionističke trgovinske politike ukazano je i na značaj reformi u oblasti javnog sektora, naročito naglašavajući neophodnost restrukturiranja državnih i javnih preduzeća koja bi, uvažavajući pozitivna iskustva i OECD-ove smjernice išla u pravcu korporativizacije javnih preduzeća.
- Razmatrane su uloga i strane finansijskog sistema u finansiranju privrede sa stanovišta nužne modernizacije u ovom sektoru. Pored presjeka stanja tradicionalnih finansijskih institucija i izazova sa kojima se njihovo poslovanje suočava, obuhvaćeni su i ostali institucionalni investitori poput penzionih fondova, te alternativni oblici investiranja. Razmotren je uticaj regulatornog okvira fiskalnog sistema i poreskih propisa na poslovanje finansijskih posrednika u kontekstu obezbjeđivanja dostupnosti kapitala i stimulacije investicione aktivnosti.
- Pozitivne promjene u realnom sektoru, pogotovu na digitalnim inovacijama i njihovoj difuziji u druge sektore, ocijenjene su prioriternim za dalji razvoj regiona. Činiti što čini Evropska unija nije „namigivanje” Evropi nego traženje spasa za posustale ekonomije regiona.

U turističkoj sesiji dominira zaključak da je marketinška koncepcija u upravljanju turističkim razvojem nužan preduslov rastu turističke privrede nacionalne ekonomije na platformi odgovornosti (prema resursima, lokalnom stanovništvu i budućim generacijama) i održivosti (transformacijom konkurentnih u komparativne prednosti nacionalne turističke ponude):

- Marketinška komunikacija na globalnom turističkom tržištu treba uvažavati aktuelne trendove i mogućnosti korištenja novih tehnologija. Planiranje i implementacija integrisanog marketinga treba biti fokusirana na konkretne potrebe savremenih turista, trajno podržavajući turističku ponudu u funkciji turističke potražnje.
- U komunikaciji na globalnom turističkom tržištu brend grada ima sve značajniju ulogu u predstavljanju njegovih privlačnih obilježja. Brend grada treba jasno da komunicira sa komparativnim prednostima omogućujući dodatnu vrijednost za posjetioaca.
- Očuvanje nacionalnog identiteta male post – tranzicione zemlje bogate kulturno - istorijskom baštinom, imperativ je njene konkurentnosti na globalnom turističkom tržištu. Razvoj specijalizovanih turističkih proizvoda u projektima *Stone Lights* u Hrvatskoj i *The Art Of The Lighthouses* u Crnoj Gori, primjer su kako kulturno-istorijsku baštinu iskoristiti u kreiranju prepoznatljivih destinacionih ikona i održavanju prepoznatljivog nacionalnog identiteta upravljanjem specijalizovanim turističkom ponudom.
- Globalizacioni procesi i neoliberalni kapitalizam koji je neizbježna faza u transformisanju post – tranzicionih nacionalnih ekonomija, često uzrokuju zanemarivanje marketinške etike. Uvažavanje temeljnih prediktora etičkog ponašanja i u takvim tržišnim uslovima uvažavajući divergentan i kompleksan uticaj različitih tržišnih varijabli, jedini je put prelaska u sljedeću, humaniju fazu tržišnog razvoja post – tranzicionih ekonomija.
- Uticaj na zdravlje pojedinca se sve učestalije istražuje kao kontrolna varijabla u analizi tržišne konkurentnosti proizvoda i usluga. U sferi proizvodnje prehrambenih proizvoda diferencijacija turističke marke temeljena na ekološkom konceptu, rezultira jasnom percepcijom dodane vrijednosti ponude.
- Komunikacija na globalnom turističkom tržištu se danas najvećim dijelom odvija u virtualnoj sferi. Zbog toga je preporučljivo da svaka mala post - tranziciona zemlja razvoj svoje turističke ponude, primarno temelji na logističkoj potpori digitalnog marketinga. Savremeni

Marketinški plan turističkog razvoja danas podrazumijeva kao važnu komponentu i Digitalni marketinški plan s precizno definisanim aktivnostima i rokovima realizacije predviđenih aktivnosti.

- Ruralna područja u malim post – tranzicionim zemljama umjesto zona iseljavanja i demografskog odumiranja, moguće je transformisati u zamajac razvoja malih nacionalnih ekonomija. Proizvodnja ekoloških namirnica u kombinaciji sa smještajnim kapacitetima primjerenim ciljanom turističkom segmentu, pruža mogućnosti samozapošljavanja, naseljavanja i podržavanja demografskog rasta u ruralnim područjima. Iskustva dobre prakse treba objavljivati i razmjenjivati prekograničnom i transgraničnom saradnjom.
- Kulturna baština je vrijedan resurs za razvoj specijalizovane turističke ponude. Za privlačenje mlađe turističke populacije ovakvoj ponudi nužna je komunikacija implementacijom novih tehnologija. Bez takve koncepcije smanjivaće se dio turističke kapitalizacije putem resursa kulturno - istorijske baštine, a mnogi muzeji i druge kulturne ustanove sve teže će finansirati svoje djelovanje.
- Obzirom na trend zdravlja i zdravog života, nacionalne regulative male post- tranzicione zemlje trebaju osigurati podršku odgovornoj i održivoj valorizaciji resursa i drugih potencijala na kojima je moguće razvijati zdravstveni turizam.
- Neprofitne organizacije u trećem milenijumu trebaju mijenjati koncepciju svoga poslovanja. Ovim subjektima budućnost je upitna ukoliko istraživanje tržišta radi razvoja i upravljanja svojim uslugama ne prilagode tržišnim standardima profitnih organizacija. Implementacija savremenog marketinga u poslovanje neprofitnih organizacija je imperativ njihovog tržišnog opstanka.
- Informisanjem šire javnosti doprinosi se jačanju javne svijesti o vrijednim nacionalnim resursima, koji predstavljaju zalog privredne budućnosti malih post – tranzicionih zemalja. U zemljama s turističkom perspektivom, potrebno je pravnu klasifikaciju i zaštitu ovih resursa prilagoditi standardima odgovornosti i održivosti.
- Blockchain tehnologije šire svoju primjenu u svim privrednim aktivnostima, pa se ovaj fenomen treba kontinuirano analizirati i u području turističke privrede, radi implementacije iskustava „dobre prakse” i u ovoj sferi.
- Rastom zakonodavnih regulativa u pravno razvijenim društvima, problem pranja novca nije u potpunosti otklonjen. Kanali pranja novca se šire prema post - tranzicijskim zemljama i u sferi turističke privrede, pa je važno prepoznavati ove aktivnosti.

Kroz cijelu Konferenciju, njene panele i sesije dominirao je ekonomsko – politički i naučni zahtjev da se i u praksi privređivanja, ali i u samoj ekonomskoj teoriji moraju više analizirati i afirmisati opredjeljenja za jačanje realnog sektora privrede i principa efikasnosti, pravednosti, održivosti pa i moralne održivosti rješenja.

Naučni odbor JPF 2019