

## ПРЕГЛЕДНИ НАУЧНИ РАДОВИ

УДК/UDC 339.9 : 338.22(497.6)

339.727.22(497.6)

DOI: 10.7251/GPFIS1302001DJ

ПРЕГЛЕДНИ НАУЧНИ РАД РАД / *REVIEW ARTICLE*

Примљен: децембар 2012.

*Received: December 2012.*

Бранко Ђерић  
Горан Балотић  
Предраг Млинаревић

Економски факултет Универзитета у Источном Сарајеву

## РЕФЛЕКСИЈЕ ИМИЦА БиХ НА ЊЕНУ ЕКОНОМСКУ ПЕРСПЕКТИВУ

*Имиц представља слику у очима јавности о једној земљи, односно држави до које се долази на бази масе примљених порука, како оних позитивних, тако и негативних. Тренутно, имиц БиХ, дакле наша позиција и статус у свијести потрошача и потенцијалних пословних партнера у свијету је врло лош. Први корак у измјени тог стања је стварање одговарајуће стратегије која ће промијенити такав имиц и поправити га у очима јавности. Јачањем позитивног имица земље повећаће се и конкурентска предност производа и произвођача и националне привреде у цјелини. Осим тога, стварање атрактивног инвестиционог амбијента привући ће значајне СДИ, које су најкраћи пут подизања рејтинга и привлачности једне земље, односно њеног економског развоја и просперитета.*

**Кључне ријечи:** Имиц; Пословни амбијент; Конкурентност; Инвестициона атрактивност; Стране директне инвестиције; Извоз; Економски развој.

### 1. УВОД

Појам имица земље у протеклих тридесетак година заокупио је посебну пажњу стручне јавности и био један од истраживанијих фе-

номена. Разлог за раст заинтересованости за национални имиц проишла је из све већег значаја државе као брэнда за пословни успјех привредника, нарочито на међународном тржишту. Раст интересовања за истраживање и мјерење утицаја имица земље на конкурентност, посматрану кроз микро и макро ниво, поклапа се са интензивирањем процеса глобализације. Глобални трендови смањили су значај географске дистанце на пословање и на тај начин динамизирали глобалну конкуренцију. Стога, и појам конкурентности добио је наглашену међународну димензију. Поправљање имица земље у свијету један је од могућих и, свакако, нужних начина оздрављења наше привреде и поправљања опште економске ситуације у земљи. Тренутно, наш имиц, дакле наша позиција и статус у свијести потрошача и потенцијалних пословних партнера у свијету, је врло лош. Први корак у измјени тог стања је стварање одговарајуће стратегије која ће промијенити такав имиц и поправити га у очима јавности, а сљедећи корак, логични наставак првог, је креирање брэнда који ће бити позитиван и препознатљив, као нешто особено, „специфично наше“.

## 2. ИМИЦ И ЊЕГОВИ ЕФЕКТИ НА ЕКОНОМСКЕ ПЕРФОРМАНСЕ ЗЕМЉЕ

Мала земља због своје величине и малог унутрашњег тржишта животно је заинтересована за виши степен своје привредне отворености и продор на међународно тржиште.<sup>1</sup> У том контексту, њој је брига за властиту конкурентност посебно важно питање, па било да се ради о извозу робе и услуга, тј. способности зарађивања профита на страним тржиштима или, пак, предностима над ривалима у погледу привлачења страних инвестиција. И један и други аспект конкурентности повезани су у широком луку с имицом земље у свијету, а важи и обратна релација. Заправо, може се казати да имиц земље појачава конкурентну способност земље, а конкурентност земље повратно јача имиц земље у свијету. Разумије се, проблем имица земље је широк појам и не исцрпљује се само у његовим економским димензијама. Проблематика имица земље, односно државе као брэнда, посебно се актуелизује у тренуцима кад је земља у привредним, политичким и социјалним потешкоћама, кад је економска рецесија или кад се земља налази пред тешким изборима, бифуркационим тачкама, односно на раскршћима могућих путева свога историјског развоја.<sup>2</sup> Босна и Херцеговина се, управо данас, налази у таквим тешкоћама. Наша при-

---

<sup>1</sup> Вид. N. Acocella, *Počela ekonomske politike – vrijednosti i tehnike*, Mate, Zagreb 2005.

<sup>2</sup> Вид. М. Фербенкс, С. Линдзеј, *Орање мора*, Стубови културе, Београд 2003.

вреда је бар за десетак посто потонула у односу на преткризни период. Пројекције опоравка, поготово оне оптимистичкије, и од идуће године, како је најављено, могу лако изневјерити и бити тек пуке бројке на папиру. С друге стране гледано, Босна и Херцеговина је земља парадокса, али и земља дефицита, заробљена у неке своје митове, трошећи истовремено своје развојно вријеме узалудно очекујући помоћ са стране. Највећи парадокси су у томе што земља има све услове за привредни раст, али има проблеме с избором јавних политика које то обезбјеђују. У таквим условима гомилају се разноразни дефицити, сем глупости које има у суфициту. На примјер, инфлациони дефицит, популациони дефицит, дефицит нето извоза, буџетски дефицит, сировински дефицит, еколошки дефицит, научни дефицит /одлив мозга/, итд. Кретање развојних дефицита у једном друштву директно је овисно од стања ума у друштву. Мит је како ће се све звати једног дана „јуче“, да је данашњи застој нужна фаза у сазријевању народа и да послије кише дође сунце. У озбиљнијем друштву такви митови се одбацују, немају мјеста, чак ни шанси да заживе. Умјесто митова и сличних нарација, брже се и одговорније рјешавају нагомилани проблеми. Споменућемо овдје само неке од тих проблема, оне највеће и најтеже, с којима се сусреће Босна и Херцеговина.

*Актуелност свјетске економске кризе с пријетњама додатног преливања на наш простор*, поготово имајући у виду да је ЕУ наш главни партнер и тржиште и да је банкарски сектор 84 % у страном власништву. Додуше, банкарски сектор на нивоу земље показује потребну стабилност, иако с немалим процентом „токсичних“, некавалитетних кредита (13,2 %), али је главни проблем што је реални сектор на издисају. Десетине хиљада предузећа се гасе, потенцијали се не користе (у хидроенергетици на примјер тек између 30 и 40 %), индустријска производња пада, незапосленост расте. Дефицит текућег рачуна платног биланса земље износио је за прошлу годину 2,45 милијарди КМ, вањски дуг 7,1 милијарду КМ, незапосленост 28 %, стране директне инвестиције испод милијарде КМ, привредни раст у стагнантно-рецесионој зони.

*Сиромаштво је огромно*. Око 17 % становништва се налази у подручју екстремне биједи. Квалитет живота се смањује из дана у дан. Просјечна плата износи 817 КМ у условима раста потрошачких цијена и трошкова живота. Каматне стопе су далеко изнад европских (у фебруару за кредите становништву опште намјене – 9,06 %, на потрошачке кредите – 8,23 %, стамбене кредите – 6,75 %),<sup>3</sup> доступност некретнина (станова) све тежа, а квалитет прометних услуга и инфра-

---

<sup>3</sup> Вид. Статистику каматних стопа Централне банке БиХ.

структуре, здравствених, комуналних и других услуга у опадању. Стопа криминала и корупције не показују кретање боље.

*Ризици по укупни друштвено-економски развој се умножавају.* Приватизација државних фирми путем тржишта капитала је застала, државна имовина све се више користи за спашавање и финансирање пропалих фирми, кредитни рејтинг земље и даље је у паду, инвестициона привлачност земље се не поправља битно, итд.

Конкурентност привреде је и превише сложен проблем, а о политичкој ситуацији и њеним рефлексијама на економску ситуацију и да не говоримо.

Поправљање имица земље у свијету један је од могућих и, свакако, нужних начина оздрављења наше привреде и поправљања опште економске ситуације у земљи. Но, за даљу расправу по овом питању морамо се, да не би било забуне, задржати на неким основним категоријама из овог домена. Прије свега, за циљеве и ефекте важно је поимање националног идентитета, комуницирања и националног имица.<sup>4</sup>

Национални *идентитет* је „поимање самог себе“. Он је јединствен, а чине га историја земље, традиција, вјеровање и филозофија, елита и људи, културне и етичке вриједности и, свакако, политичка стратегија. Важно је рећи и то да се он тешко мијења јер је он, како се то каже – „суштина бића једног народа и државе“, а с обзиром на своју постојаност у времену није „средство за уљепшавање“.

*Имици* представља слику у учима јавности о једној земљи, односно држави до које се долази просто гомилањем свих примљених порука, и позитивних и негативних. Просто речено, имици је слика коју јавност има о једној нацији, држави, народу.

Земља, дакле, имајући у виду улогу порука, комуницира са својим међународним окружењем путем свега што се у њој чини, расправља, производи и размјењује, итд. Прави имици, по правилу, више помаже земљи, него што јој може да смета у реализацији њене економске и политичке стратегије. Стварање националног имица је сложен задатак, који је трајан и не престаје постојати ни у лошим временима, уз напомену да се коришћење симбола мора пажљиво одабрати у складу с нарави, културом и симпатијама међународне јавности. Велики проблем овдје лежи у опасности што људи појединачно могу различито да схватају и тумаче одређене поруке.

---

<sup>4</sup> Вид: А. Melinkof and Osluk, *Ranking*, Moskva 2006; S. Anholt, *Place Branding*, Henry Stewart Publications, London 2005; T. Gad, *4D Branding*, Bookhous, Stockholm 2003; Н. Инд, *Корпорацијски имици*, Слио, Београд 1996; Б. Ракита, И. Митровић, *Бренд менаџмент*, Савремена администрација, Београд 2007.

За разлику од идентитета, који је, по правилу, окоштао, резистентан и тврд, национални имиц се лако, тј. брзо мијења. Не треба губити из вида да јавност често суди о земљама, властима и људима, њиховим постигнућима и јавним политикама више емотивно, него рационално.

Начин *националне комуникације (стратегија)* са свијетом је процес превођења националног идентитета у имиц. Бренд представља позитиван имиц, као нешто „наше и посебно“. Комуникација је веома важна за компатибилност и компаративну предност националног бренда, јер је практично она та која је главни дио компаративне предности и конкурентности државног бренда. Једну нацију конкурентнијом у односу на своје ривале чине многи фактори, узети као комуникацијски канали, а прије свега људи (*становништво*), са свим својим националним обиљежјима као што су култура, обичаји, карактер,<sup>5</sup> итд., *привреда* (стање економије, јавне политике, пословна култура...), *политика и систем*, и на крају *географија* као збирни појам за природу, ресурсе, локацију, климу, и сл. Ови фактори представљају компоненте тзв. мапе утицаја националног бренда као модела за изучавање канала комуникације и ефикасне комуникацијске стратегије државе у стварању, заштити и одржавању свог бренда (брендова). Зашто? Зато што врше утицај и граде перцепцију коју јавност има о некој држави – стварајући национални имиц и перформансе националног бренда. Генерално, треба знати да емоције јавности праве бренд не само од земље, државе, него и од робе, производа (...) и да је тај бренд увијек утемељен на неким вриједностима до којих он држи. За сваки бренд највећи проблем настаје онда када треба те „неопипљиве“ вриједности трансформисати у мјерљиве економске и финансијске ефекте или кад треба задржати вјерност тим вриједностима с промјеном времена, технологије, приступа, политике.

Тренутно, наш имиц, као државе, дакле наша позиција и статус у свијести потрошача и потенцијалних пословних партнера у свијету је врло лош. Први корак у измјени тог стања је стварање одговарајуће стратегије која ће промијенити такав имиц и поправити га у очима јавности, а сљедећи корак, логични наставак првог, је креирање бренда који ће бити позитиван и препознатљив, као нешто особено, „специфично наше“. Али, како осигурати повољну политичку климу „повјерење у институције“, <sup>6</sup> подићи морал људи, подићи ентузијазам и

---

<sup>5</sup> Вид. М. Mirković, *Glavni uzroci gospodarske zaostalosti slavenskih naroda*, Dom i svijet, Zagreb 2008.

<sup>6</sup> Вид. F. Castles, *Komparativne javne politike*, Masmedia, Zagreb 2008.

посвећеност националном бренду и сигурној будућности? Без замаха привредне „машине“, без позитивног бренда и имица земље нећемо се удаљити од безначајне улоге у свјетским размјерама привреда. А данас БиХ представља свега три стота дијела једног процента (0,03) свјетског БДП-а.

За привредни и друштвени развој и напредак, неопходна је промјена. Промјена је једна од основних одредница или димензија развоја. Привредни развој претпоставља промјену, али се у њој и исцрпљује, тј. испољава и исказује.<sup>7</sup> У данашњем тренутку, за поправљање имица БиХ у свијету *три су промјене посебно важне*: политичке промјене у које сада нећемо улазити, даље измјене модела привредног система и развоја на темељу другачијег система вриједности, те структурне реформе.<sup>8</sup>

*Потрошачки модел развоја* мора бити што прије замијењен произвођачким моделом на темељу реиндустријализације и извозне производње пожељног степена конкурентности. Разумије се, тај модел не може бити ефикасан и успјешан ако не би дошло до демотирања система друштвених вриједности које су пратиле потрошачки модел, конзумеризам и постепено урањање земље у дужничко ропство.<sup>9</sup> Филозофија „ко је јамио-јамио“ не може да остане химна. Потребно обештећење друштва, због лоше приватизације, је нужно. Али не може да остане ни ксенофобија и све врсте затворености, нетолеранција, богаћење и похлепа мимо рада, криминал и корупција огромних размјера. На цијени је лукавство, лака зарада, неодговорност, бешчасће и сл., које неизграђен привредни систем сада отворено подупире.

За привредни раст, конкурентност и фискалну консолидацију од великог значаја су *структурне реформе*. Међутим, о структурним промјенама у нас данас се пуно говори, а мало се шта предузима.<sup>10</sup> Посебно су важне у овом тренутку промјене у јавном сектору, који је прегломазан, неефикасан и велика баријера економском развоју, а у оквиру њега посебно су битне: реформа јавних предузећа, образовања, здравства, социјалног подручја и ПИО, пословно-инвестиционог амбијента, и сл. Неке од њих би и у врло кратком периоду повољно дјеловале на међународни имиц БиХ.

---

<sup>7</sup> Вид.: Е. Chell, *Entrepreneurship: globalization, innovation and development*, Thomson Learning, London 2001; L. Kim, R. Nelson, *Technology, Learning, & Innovation*, Cambridge University Press 2003.

<sup>8</sup> Вид. V. Vajdenfeld, V. Vesels, *Evropa od A do Š*, Fondacija Konrad Adenauer, Beograd 2002.

<sup>9</sup> Вид. М. Mesarić, *XXI Stoljeće – doba sudbonosnih izazova*, Prometej, Zagreb 2008.

<sup>10</sup> Вид. R. Watson, *Zapisi iz budućnosti – povijest sljedećih 50 godina*, Alfa, Zagreb 2008.

### 3. ИНСТИТУЦИОНАЛНЕ ДЕТЕРМИНАНТЕ ИМИЦА БиХ

Имиц државе у савременим међународним односима игра све значајнију улогу. У пракси је доказано и потврђено да се углед неке државе непосредно одражава на њен статус на политичкој и економској позорници. Прије свега, тај утицај се одражава кроз пласман њених производа на инострана тржишта, обим страних инвестиција, број иностраних туриста, као и њен утицај у међународним асоцијацијама и организацијама. Имиц БиХ у међународним оквирима претежно стагнира посљедњу деценију, и то на ниском нивоу, судећи по извјештајима бројних међународних рејтинг агенција, чији периодични извјештаји представљају својеврстан мозаик на основу којег је могуће сагледати тренутну економску, али и политичку позицију, углед и перспективу наше земље у међународним оквирима. Одабрани институционални и индикатори конкурентности, те њихова временска динамика, омогућују потпунију слику анализе стварних и потенцијалних утицаја на конкурентске предности и економску позицију одређене земље. Овдје ће се укратко дати осврт на битне институционалне индикаторе на темељу којих се, на свјетском нивоу, може упоредно анализирати институционална развијеност неке земље, која значајно одређује раст конкурентности и свеукупан развој, те објашњава постојање дугорочних разлика у напретку земаља.

Један од важнијих показатеља економског амбијента одређене земље је Индекс економских слобода (*Economic Freedom Index*), који је развила Херитеџ фондација (*Heritage Foundation*) и који се први пут појављује још далеке 1973. године. Овим индексом се анализирају економске слободе у 179 земаља свијета. Идеја овог индекса се заснива на претпоставци да је фундаментално право сваког човјека да контролише свој рад и власништво. У економски слободним друштвима појединци би требало да слободно раде, производе, троше и инвестирају, а те би слободе требало да гарантује држава кроз своје институције. Индекс укључује десет слобода, и то: трговинске слободе, фискалне слободе, државну потрошњу, монетарне слободе, слободе инвестирања, финансијске слободе, заштиту својинских права, ослобођеност од корупције, и слободу на тржишту рада. Агрегатни индекс економских слобода за текућу годину рангира БиХ на 104. позицију (од укупно 179 земаља) са просјечном оцјеном 57,3 (од максималних 100), што је мање и од свјетског (59,5) и од европског просјека (66,1). Према овом индексу, од 43 анализираних европских земаља, БиХ заузима 38. мјесто.<sup>11</sup> Најниже оцјене се везују за заштиту сво-

---

<sup>11</sup> Heritage Foundation, [http://www.heritage.org/Report\\_on\\_Economic\\_Freedom\\_2011](http://www.heritage.org/Report_on_Economic_Freedom_2011), 30. децембар 2012.

јинских права, односно ниво транспарентности законодавства, затим за проблем величине и структуре јавне потрошње, као и низак ниво ослобођености од корупције. Овај посљедњи проблем, изразито присутне корупције у институцијама у складу је и са *индексом перцепције корупције* међународне организације Транспаренси интернешнл (*Transparency International*), која у свом извјештају за 2011, БиХ сврстава на 91–94 позицију (заједно са Либеријом, Замбијом и Тринидад Тобагом) од укупне 183 земље, са просјечном оцјеном 3,2 (од максималних 10).<sup>12</sup> При томе, у раздобљу 2007–2011. није постигнут никакав значајнији напредак, па је БиХ по индексу корупције најлошије рангирана од свих бивших југословенских република (Словенија 35. мјесто, Хрватска 66, Македонија 69, Србија 86). Овако висок ниво корупције, присутан у БиХ представља институционалну слабост и неспособност државе и друштва да обезбиједи адекватно функционисање јавних институција и тиме значајније смање трансакционе трошкове економских субјеката. У поменутом индексу слобода, релативно лоше су оцијењене и слобода пословања (број процедура, вријеме, трошкови, лиценце), као и слободе на тржишту рада (флексибилност, сигурност, мобилност) и финансијске слободе (сигурност банкарског система). Релативно боље су оцијењене фискалне слободе (пореске стопе), монетарне слободе (стабилност цијена, контрола цијена), док је најбоља оцјена остварена у домену трговинских слобода (царинске и нецаринске баријере). У коментару извјештаја Херитеџ фондације за 2012. истиче се да су темељи економских слобода у БиХ крхки и неуједначени у цијелој земљи, те да лоша заштита својинских права, спорост у регистрацији власништва и раширена корупција у друштву обесхрабрују предузетничке активности. Надаље, владавина права је слаба, док су судови подложни значајним политичким уплитањима. Неefикасна бирократија и скуп и компликован поступак регистрације бизниса значајно отежавају пословне одлуке, док висока и неefикасна структура јавне потрошње значајно фискално оптерећују и гуше привреду, подстичући стални раст буџетског дефицита и јавног дуга. Такође, наводи се да бројност државне и локалне управе чине сав бирократски систем нетранспарентним и лимитирајућим за привлачење улагања, као и хронични недостатак провођења уговора и несигурно регулаторно окружење. Сличну оцјену стања слобода у босанскохерцеговачком друштву износи и агенција Фридом хаус (*Freedom House*), која се у редовним годишњим извјештајима бави истраживањем, анализом и презентовањем стања политичких права и грађанских слобода широм свијета. Она сврстава БиХ у категорију

---

<sup>12</sup> Transparency International, <http://www.transparency.com/Transparency Report 2012>, 30. децембар 2012.



најмање слободних европских земаља заједно са Русијом, Бјелорусијом и Молдавијом.<sup>13</sup> Угледни британски часопис „Еуромани“ (*Euro-money*), који квартално објављује ранг листу 184 држава свијета по критеријуму политичког и економског ризика, у последњем извјештају сврстао је БиХ на последње мјесто у Европи, односно 130. мјесто у свијету, међу нестабилне државе с ниским нивоом правне и економске сигурности, што представља изузетно лошу поруку инвеститорима.<sup>14</sup>

Канцеларија за развој људског капитала при УН (УНДП) у склопу редовних годишњих извјештаја о стању и развоју људског капитала у свијету (*Human Development Report*) презентује тзв. *индекс развоја људског капитала* познатији као *HDI (Human Development Report)*. У питању је агрегатни индекс који благостање дефинише шире од раста БДП-а, на тај начин што укључује мјерење три димензије развоја људског капитала представљене са три подиндекса: здравље и дуговјечност (подиндекс очекиваног трајања живота), образовање (подиндекс образованости) и животни стандард (БДП по глави становника). Извјештај за 2011. годину рангира БиХ на 74. позицију (од укупно 187 земаља) са агрегатном оцјеном 0,733 (распон оцјене је од 0,001 до максималних 1), што је за двије позиције боље у односу на 2010.<sup>15</sup> Према величини овог индекса, земље се дијеле на: земље с врло високим индексом, земље с високим индексом, земље са средњим индексом и земље са ниским индексом. БиХ спада у категорију земаља са високим индексом развоја људског капитала, с тим што је, према величини индекса, испод просјека за регион Европе и централне Азије. Стављањем људског капитала у центар развојних приоритета мијењају се традиционални начини размишљања о развојним политикама, те њиховом формулисању, имплементирању и надзирању, а све то с циљем њихова побољшања, смањења неједнакости и подстицаја одрживости. Нагласак је на знању, као и на различитим аспектима развоја људског капитала, попут партиципације, културне слободе и финансирања.

Извјештај о лакоћи пословања (*Doing Business*) је редовни годишњи извјештај Свјетске банке о условима пословања у појединим земљама. Ти извјештаји су објективна мјера регулације пословања и заштите својинских права, те њиховог утицаја на пословање, нарочито малих и средњих предузећа. Овом анализом се обухватају и рангирају 183 земље на основу индекса, који се изводи на бази 10 потпуно рав-

---

<sup>13</sup> Freedom House, <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-world-2012>, 30. децембар 2012.

<sup>14</sup> Euromoney, <http://www.euromoneycountryrisk.com>, 30. децембар 2012.

<sup>15</sup> UNDP, <http://www.undp.org/Human Development Report 2011>, 30. децембар 2012.

ноправних и међусобно, ниско корелираних поиндекса. У извјештају за 2013. годину БиХ заузима тек 126. позицију, што је за једно мјесто лошији пласман у односу на претходни извјештај. Овако лошој оцјени услова пословања у БиХ у највећој мјери доприносе потешкоће око започињања посла, тзв. *start business* (бројност, вријеме и трошкови процедура), као и административне баријере око добијања грађевинских дозвола или прикључка на напајање ел. енергијом. Видљиви су и одређени помаци у погледу процедуре регистрације власништва, али само у сегменту потребног времена, док су обимност и трошкови процедура непромијењени. Такође, забиљежена су погоршања у домену услова финансирања (добијање кредита) и у домену плаћања пореза (раст пореских обавеза). Евидентно је и назадовање у погледу заштите инвеститора и степену провођења уговора, у односу на претходни извјештај.<sup>16</sup> Владавина права, која се може сагледавати кроз поштовање власничких права и извршавање уговора, има важан утицај на економске и предузетничке иницијативе. Свако кршење својинских права неминовно ће довести до неефикасне алокације ресурса и високих опортунитетних трошкова, што се на крају одражава и на смањену продуктивност и неконкурентност. Присуство корупције и криминала значајно подиже трошкове пословања чиме се дестимули-е инвестициона активност и развој предузећа.

Релевантно је и поређење са земљама са сличним историјским, друштвеним и економским наслијеђем, попут земаља насталих распадом бивше СФРЈ. Свака од тих земаља је боље рангирана у односу на БиХ (Македонија 23. мјесто, Словенија 35, Црна Гора 51, Хрватска 84, Србија 86). Нарочито је занимљива позиција Македоније, земље која је захваљујући реформама јавне управе, које интензивно и досљедно спроводи, остварила енорман напредак, па је у групи од пет земаља на свијету које су, у односу на 2005. годину, забиљежиле највећи напредак на подручју услова пословања. У поређењу са БиХ, Македонија је, према свих 10 критеријума оцјењивања, далеко боље пласирана. Кључне преваге на страни Македоније се односе на административно-бирокуратско подручје. Држава је максимално изашла у сусрет привредницима, путем радикалних смањивања и поједностављивања потребних процедура, потребног времена и пропратних трошкова. Тиме су значајно смањени, како експлицитни, тако и имплицитни трошкови, уз чврсту заштиту инвеститора, њиховог власништва, те гаранцију несметаног провођења уговора.

У последња три Извјештаја о глобалној конкурентности (2009–2012), БиХ остварује стабилан раст у сегменту основних услова кон-

---

<sup>16</sup> World Bank, <http://www.worldbank.org/Doing Business 2013>, 30. мај 2013.

курентности – позитиван помак у области институција, инфраструктуре, те здравља и основног образовања, док се пад биљежи у области макроекономске стабилности. У сегменту *повећање ефикасности* евидентна је општа стагнација. Док се незнатно позитиван помак биљежи у домену високог образовања и обуке, ефикасности тржишта добара, и технолошке спремности, присутна је стагнација софистицираности финансијских тржишта, те пад ефикасности тржишта рада. У области *иновативности и софистицираности* видљив је релативно стабилан раст иновативности, али и стагнација пословне софистицираности. Међутим, оцјене за ова два посљедња стуба су, генерално, још увијек изразито ниске у односу на европски просјек. Нарочито се то односи на иновативност, са оцјеном, тек нешто изнад 3.

У Извјештају о глобалној конкурентности<sup>17</sup> за период 2012–2013 године БиХ је оцијењена са 3,93 поена од укупних 7, чиме је у конкуренцији 133 земље заузела 88. мјесто. Због спорости у провођењу реформских мјера и активности, лоше оцјене БиХ углавном биљежи у истим областима као и претходних година. Најлошије је оцијењена у области рада институција и инфраструктуре, величине тржишта и иновација. Преобимна и неадекватна администрација, неефикасни законски оквири и нетранспарентност државне политике главне су кочице достизања жељеног нивоа конкурентности.

Економска ефикасност у значајној мјери утиче на ниво конкурентности како индивидуалних тржишних актера (микроне конкурентност), тако и земље у цјелини (макроне конкурентност). На основу више показатеља, међу којима су индекс слободе *Heritage* фондације, показатељ економске слободе земаља института Фрејзер (*Fraser*), *GCI* индекс, индекс лакоће пословања (*Doing Business*) и стопа ризика појединих земаља, утврђује се индекс економске ефикасности одређене земље (*IEE*). Од укупно 124 оцијењене земље БиХ се налази на 97 мјесту са оцјеном 0,399 (интервал 0–10). Најбоље оцијењене земље су Хонг Конг (0,957) и Сингапур (0,951), а од европских Швајцарска (3. мјесто) и Данска (6. мјесто), док је од земаља у окружењу најбоља Словенија (37. мјесто, са оцјеном 0,657). Хрватска је на 65, а Србија на 82. мјесту. Све земље региона, укључујући и Словенију имају нижи индекс економске ефикасности од његове просјечне европске вриједности, при чему је БиХ лошије рангирана од свих сусједних земаља и претпоследња у Европи (37. од укупно 38 посматраних земаља).

---

<sup>17</sup> WEF, [http://www.weforum.org/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2012-13](http://www.weforum.org/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13), 30. мај 2013.

#### 4. ПОДИЗАЊЕ ИМИЦА И АТРАКТИВНОСТИ БиХ У ФУНКЦИЈИ ЊЕНОГ ПРИВРЕДНОГ РАЗВОЈА

Ефекат преливања имица земље на перцепцију потрошача о производу и компанији може се појавити и у позитивном и у негативном облику. За разлику од позитивног „преливања“, гдје се јача конкурентска предност производа и произвођача захваљујући угледу и имицу земље поријекла, у случају негативног имица земље то се јављује као додатна баријера која може осујетити оснивање великог броја предузећа, која би у другачијем систему перцепције земље у иностранству, била основана. Лош имиц утиче тако да сваки произвођач из такве земље полази у конкурентску утакмицу на међународном тржишту са стартним, а неријетко и непремостивим, хендикепом. Да би се смањила висока стопа незапослености и обезбиједила рентабилна употреба великог износа инвестиција, као нужност се намеће потреба пословања на међународном плану који далеко надилази апсорпциону моћ домаћег тржишта. Извозна оријентисаност постаје услов без кога је немогуће обезбиједити дугорочну пословну одрживост. Проблем малих транзиционих земаља лежи у чињеници да су њихова тржишта недовољна у погледу пословно развојне перспективе одрживих предузећа.

Другим ријечима, то указује да сегмент гдје лош имиц земље нема тако јак утицај на перцепцију потрошача није развојно довољан. Да би дугорочно успјела, предузећа морају бити на линији интернационализације пословања.

То је у духу основних упоришта раста конкурентности. Наиме, основно упориште може бити везано за дилему између атрактивности и пословне агресивности. Каква ће бити развојна стратегија зависи од тога хоће ли земља подупирати властиту атрактивност или пословну агресивност.<sup>18</sup>

Традиционално, конкурентност је била првенствено повезана с међународном пословном агресивношћу земаља, и то извозом и директним страним улагањима. Извозну стратегију слиједиле су Њемачка, Јапан и Кореја. Истовремено, неке земље управљају конкурентношћу на бази своје атрактивности. На примјер, Сингапур и Ирска напредовале су помоћу различитих инцијатива и привлачења страних инвестиција. Из овога, може се извући закључак да свака земља у својој стратегији раста конкурентности мора размотрити

---

<sup>18</sup> М. Драгићевић, *Konkurentnost Projekt za Hrvatsku*, Школска књига, Загреб 2012, 35.

потенцијал властите агресивности и властите атрактивности те се фокусирати на једну или комбиновати обје стратегије.

Босна и Херцеговина мора се фокусирати на стратегију атрактивности. Наиме, да би се компензовао ефекат лошег имица на нови производ и компанију, БиХ мора радити на подизању инвестиционе атрактивности. Стране компаније које би дио или сав процес производње измјестили на територију БиХ сопственим угледом би неутралисале ефекте лошег имица земље на перцепцију потрошача у иностранству. Уједно, тиме би се допринијело побољшању угледа БиХ. У том контексту веома је индикативан показатељ о величини страних директних инвестиција. Непосредна веза између имица земље и инвестиционе атрактивности успоставља се путем способности за привлачење СДИ. Наведена веза још је израженија код транзиционих економија које су директни конкуренти за та средства. Показало се да је способност привлачења инвестиција углавном зависила од успјешности спровођења транзиције.

Босна и Херцеговина спада у групу транзиционих замаља која је припадала социјалистичком друштвено-економском систему. Из тих разлога, у поступку изградње имица била је суочена са хипотеком постсоцијалистичког наслијеђа. Брзина мијењања перцепције о свим бившим социјалистичким земљама, као и грађење позитивног имица у складу са вриједностима развијеног свијета зависила је од брзине и успјеха транзиције. Земље које су успјеле, захваљујући брзој и успјешнијој транзицији, стећи статус транзиционих лидера успјешније су успостављале позитиван став других о њима, што се одражавало и на макроекономске и на микроекономске аспекте економије.

Табела бр. 1  
Степен остварености транзиције.<sup>19</sup>

Земља	ЕБРД 2007	Напредак (%)
Албанија	26,66	58,92
Азербејџан	23,67	48,95
Белорусија	16,66	25,56
Бугарска	31,34	74,54
Босна и Херцеговина	24,34	51,18
Црна Гора	25,01	53,42
Чешка	34,32	84,48
Естонија	35,33	87,85
Грузија	27,66	62,26
Хрватска	31,66	75,61
Јерменија	27,99	63,36
Казахстан	27,01	60,09
Киргистан	26,33	57,82
Летонија	32,66	78,95
Литванија	33,32	81,15
Мађарска	35,33	87,85
Македонија	28,32	64,46
Молдавија	26,66	58,93
Монголија	26,99	60,03
Пољска	33,99	83,38
Румунија	30,67	72,31
Русија	27,33	61,16
Словачка	33,66	82,28
Словенија	30,33	71,17
Србија	24,67	52,29
Тадикистан	21,33	41,14
Туркменистан	11,67	8,91
Украјина	27,00	60,06
Узбекистан	19,35	34,53

Извор: Б. Церовић, „Напредак у транзицији, иницијални услови и привреда Србије“, *Економске теме* 2/2009, 358.

Из података садржаних у табели види се јасна разлика између земаља у погледу степена остварености транзиције. Оно што се показало битним јесте то што су земље које су имале статус транзиционих лидера успјеле промјеном имиџа о себи привући значајан износ СДИ.

---

<sup>19</sup> Подаци се односе на 2007. годину.

Табела бр. 2

Нето токови капитала и прилив СДИ у ЗУТ у периоду 1989–2008.

Земља	Кумулативни прилив страних директних инвестиција у периоду 1989–2008. (mln. US dollars)	Кумулативни прилив страних директних инвестиција по глави становника у периоду 1989–2008. (US dollars)	Стране директне инвестиције по глави становника у 2007. год.	Стране директне инвестиције по глави становника у 2008. год.	Стране директне инвестиције (% од ГДП) у 2007. год.	Стране директне инвестиције (% од ГДП) у 2008. год.
Чешка	75,226	7,287	868	869	5.1	4.2
Пољска	111,529	2,927	472	308	4.2	2.2
Мађарска	53,242	5,295	218	466	1.6	3.0
Русија	43,108	304	64	144	0.7	1.2
Словенија	3,081	1,531	-136	258	-0.6	0.9
Словачка	27,115	5,011	532	583	3.4	3.2
Србија	15,040	2,005	336	362	6.2	5.3
Хрватска	23,164	5,215	1,066	1,030	8.0	6.6
Украјина	40,753	889	200	211	6.5	5.4
Белорусија	6,708	694	183	222	3.9	3.6
Туркменистан	4,748	730	124	126	6.3	4.3
Узбекистан	2,858	103	26	26	3.2	2.5
Киргистан	1,226	231	40	50	5.5	5.2
Летонија	8,759	3,857	853	481	6.8	3.2
Литванија	9,331	2,779	417	444	3.6	3.2
Естонија	8,770	6,530	745	652	4.7	3.7
Црна Гора	2,791	4,229	1,087	1,220	18.7	16.7
Таџикистан	1,075	166	25	46	4.3	5.8
Румунија	58,224	2,683	444	623	5.8	6.8
Бугарска	41,448	5,454	1,504	1,115	28.9	17.0
Азербејџан	3,229	384	-619	-66	-16.6	-1.2
Молдавија	2,442	713	140	198	10.9	11.2
Грузија	6,643	1,510	395	355	17.1	12.2
БиХ	6,228	1,639	549	264	13.8	5.3
Јерменија	3,257	1,006	217	242	7.6	6.5
Албанија	3,505	1,101	204	265	6.0	6.6
Македонија	3,226	1,570	342	298	8.8	6.4
Казахстан	49,501	3,183	515	688	7.6	7.9

Извор: EBRD, *Transition Report 2009*.

Земље као што су Чешка, Мађарска, Пољска и Словенија су захваљујући добрим резултатима у процесу спровођења транзиције брзо стекле статус транзиционих лидера и на тај начин промјеном имица привукле значајан износ СДИ. Као резултат тога, оне су динамично убрзале раст извозно оријентисаних сектора. Подаци у сљедећој табели о томе најбоље говоре.

Табела бр. 3  
Учешће извоза у БДП.

	Учешће извоза у БДП
Албанија	29 %
Јерменија	12 %
БиХ	33 %
Бугарска	48 %
Хрватска	36 %
Чешка	70 %
Естонија	71 %
Грузија	30 %
Мађарска	81 %
Казахстан	42 %
Киргистан	50 %
Литванија	60 %
Македонија	44 %
Црна Гора	33 %
Пољска	39 %
Румунија	33 %
Русија	28 %
Србија	27 %
Словачка	99 %
Словенија	59 %
Тацикистан	13 %
Украјина	46 %
Узбекистан	36 %

Извор: Обрачун аутора на основу података доступних у: World Bank, *World Development Indicators database*, December, 2010.

На крају, треба истаћи да смо кроз наведене податке идентификовали кључне канале утицаја имица земље на елементе макроконкурентности. Поред тога, преко начина утицаја имица на одреднице макроконкурентности, инкорпориран је значај имица на остварење посткризних модела раста. Ти модели почивају на производној и инвестиционој оријентацији, а путем утицаја имица на инвестициону атрактивност директно се утиче на ниво инвестиција који касније детерминише и развој извозних сектора. Из тих разлога, побољшање имица земље важан је фактор који ће опредијелити развојне перспективе БиХ.



## 5. ЗАКЉУЧАК

Виши степен привредне отворености и продор на међународно тржиште представља императив сваке мале економије, каква је и БиХ, јер се виши ниво развоја и просперитета може обезбиједити једино кроз извоз. Кључна одредница извоза у данашњем времену је конкурентност, тј. способност зарађивања профита на међународном тржишту гдје је присутна јака конкуренција. Једна од важнијих детерминанти конкурентности је и имиц земље. Имиц земље појачава конкурентску способност земље, као и обратно – конкурентност земље повратно јача имиц земље у свијету. Проблематика позитивног имица земље, односно државе као брэнда, посебно се актуелизује у тренуцима кад је земља у привредним, политичким и социјалним потешкоћама, кад је економска рецесија или кад се земља налази пред тешким изборима, што је случај са Босном и Херцеговином. Имиц државе у савременим међународним односима игра све значајнију улогу. Прије свега, тај утицај се одражава кроз пласман њених производа на инострана тржишта, обим страних инвестиција, број иностраних туриста, као и њен утицај у међународним асоцијацијама и организацијама. Имиц БиХ у међународним оквирима је крајње низак и претежно стагнира посљедњу деценију, судећи по извјештајима бројних међународних рејтинг агенција, на основу којих је могуће сагледати тренутну економску, али и политичку позицију, углед и перспективу земље у међународном окружењу. Босна и Херцеговина се мора фокусирати на стратегију атрактивности. Наиме, да би се компензовао ефекат лошег имица на нови производ и компанију, БиХ мора радити на подизању пословне и инвестиционе атрактивности. Стране компаније које би дио или сав процес производње измјестиле на територију БиХ сопственим угледом би неутралисале ефекте лошег имица наше земље на перцепцију потрошача у иностранству. Уједно, на тај начин би се допринијело побољшању угледа БиХ. У том контексту, веома је индикативан показатељ о величини страних директних инвестиција. Непосредна веза између имица земље и инвестиционе атрактивности се успоставља путем способности за привлачење СДИ. Наведена веза је још израженија код транзиционих економија које су директни конкуренти за та средства. Показало се да је способност привлачења инвестиција углавном зависила од темпа и успјешности спровођења транзиције. Земље које су успјеле, захваљујући брзој и успјешнијој транзицији, стећи статус транзиционих лидера успјешније су успостављале позитиван став других о себи, што се одражавало и на макроекономске и на микроекономске аспекте, те привлачење значајног износа СДИ. Путем утицаја имица на инвестициону атрактивност директно се утиче на ниво инвестиција, који касније де-

терминише и развој извозних сектора. Из тих разлога, побољшање имица земље важан је фактор који ће одредити развојне перспективе БиХ.

## ЛИСТА РЕФЕРЕНЦИ

### Библиографске референце

1. Acocella, Nicola, *Počela ekonomske politike – vrijednosti i tehnike*, Mate, Zagreb 2005;
2. Anholt, Simon, *Place Branding*, Henry Stewart Publications, London 2005;
3. Vajdenfeld, Verner, Vesels, Wolfgang, *Evropa od A do Š*, Fondacija Konrad Adenauer, Beograd 2002;
4. Gad, Thomas, *4D Branding*, Bookhous, Stockholm 2003;
5. Dragičević, Mirjana, *Konkurentnost projekt za Hrvatsku*, Školska knjiga, Zagreb 2012;
6. EBRD, *Transition Report*, 2009;
7. Инд, Николас, *Корпорацијски имици*, Clio, Београд 1996;
8. Kim, Linsu, Nelson, Richard, *Technology, Learning, & Innovation*, Cambridge University Press, 2003;
9. Melinkof, Aleksej, *Rinking*, Moskva 2006;
10. Mesarić, Milan, *XXI. Stoljeće – doba sudbonosnih izazova*, Prometej, Zagreb 2008;
11. Mirković, Mijo, *Glavni uzroci gospodarske zaostalosti slavenskih naroda*, Dom i svijet, Zagreb 2008;
12. Ракита, Бранко, Митровић, Иван, *Бренд менаџмент*, Савремена администрација, Београд 2007;
13. Фербенкс, Мајкл, Линдзеј, Стејс, *Орање мора*, Стубови културе, Београд 2003;
14. Castles, Francis, *Komparativne javne politike*, Masmedia, Zagreb 2008;
15. Chell, Elizabeth, *Entrepreneurship: globalization, innovation and development*, Thomson Learning, London 2001;
16. Церовић, Божидар, „Напредак у транзицији, иницијални услови и привреда Србије“, *Економске теме* 2/2009;
17. Watson, Richard, *Zapisi iz budućnosti – povijest sljedećih 50 godina*, Alfa, Zagreb 2008;
18. World Bank, *World Development Indicators database*, December, 2010.

#### Интернет извори

1. Heritage Foundation, <http://www.heritage.org/ReportonEconomicFreedom2011>;
2. Transparency International, <http://www.transparency.com/TransparencyReport2012>;
3. Freedom House, <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-world-2012>;
4. Euromoney, <http://www.euromoneycountryrisk.com>;
5. UNDP, <http://www.undp.org/HumanDevelopmentReport2011>;
6. World Bank, <http://www.worldbank.org/DoingBusiness2013>;
7. WEF, [http://www.weforum.org/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2012-13](http://www.weforum.org/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13).

Branko Đerić  
Goran Balotić  
Predrag Mlinarević  
Faculty of Economics,  
University of East Sarajevo

#### REFLECTION OF B&H IMAGE ON ITS ECONOMIC PERSPECTIVE

##### *Summary*

The image represents the picture in the eyes of the public of a country or state which is reached by simply increasing all the received messages, both positive and negative ones. Currently our image, hence our position and status is very bad in the minds of consumers and potential business partners in the world. The first step in changing this situation is to make an appropriate strategy that will change such image and improve it in the eyes of the public. The competitive advantage of products and producers will be increased by strengthening the positive image of the country, thanks to the reputation and image of the country of the origin. In addition, making an attractive investment environment will attract significant FDI, that are the shortest way to raise rating and attractiveness of a country that is, its economic development and prosperity.

**Key words:** *Image; Business environment; Competitiveness; Investment attractiveness; Foreign direct investment; Exports; Economic development.*