

Originalni naučni rad

UDK 339.97:005.6(497.6 RS)

DOI 10.7251/SVR1510015Z

UPRAVLJANJE MALOPRODAJOM U REPUBLICI SRPSKOJ DO 2020. GODINE

Prof. dr Slobodan S. Župljanin¹

Nezavisni univerzitet Banja Luka

Apstrakt: Republika Srpska predstavlja životnu zajednicu, koja se sastoji iz kompleksnih faktora koji utiču na maloprodajni trgovinski sektor u njoj.

U ovom radu analiziramo ključne maloprodajne aktivnosti u Republici Srpskoj radi utvrđivanja realnog stanja razvijenosti maloprodajnog trgovinskog sektora na području Republike Srpske. To podrazumijeva utvrđivanje nivoa razvijenosti maloprodajnog trgovinskog sektora, strukturu vlasništva i konkurentnosti na tržištu u Republici Srpskoj, i analizu osnovnih ekonomsko-finansijskih parametara maloprodajnog trgovinskog poslovanja u Republici Srpskoj.

Predmet istraživanja u ovom radu je maloprodajni trgovinski sektor u Republici Srpskoj u svjetlu njegovog kontinuiranog razvoja, u cilju mogućeg definisanja pravaca razvoja ovog sektora u budućnosti.

Ključne riječi: *upravljanje, maloprodaja, trgovinski sektor, integralni razvoj.*

JEL klasifikacija: M11; M21.

1. UVOD

Svaku prodaju treba shvatiti kao kupoprodaju, što je razumljivo, jer se nijedna prodaja ne može obaviti bez kupovine, odnosno, nijedna kupovina se ne može obaviti bez prodaje. Kupoprodaja, tj. trgovina, javlja se kao posrednik između proizvođača i potrošača.²

Trgovina je privredna djelatnost koja se sastoji u stalnom kupovanju različitih vrsta roba i/ili usluga od proizvođača, u skladištenju i čuvanju zaliha potrebnih za redovno prodavanje širokog asortimana velikom broju potrošača, i to u količinama, na način, na mjestu i u vremenu koje odgovara potrošačima.³

Prodaja roba zavisi od potreba, zahtjeva i želja potrošača kao kupaca. Uspjeh prodaje zavisi od istraživanja tržišta, nabavke robe i potrošačke tražnje, ispitivanja promjena u potrošačkoj tražnji, kao i prilagođavanja količine i asortimana tako izmijenjenoj tražnji. Utvrđivanjem odgovarajućih postupaka

¹ Prof. dr Slobodan S. Župljanin, prorektor za nastavu i studentska pitanja – Nezavisni univerzitet Banja Luka, e-mail: slobodan.zupljanin@nubl.org

² Aćimović, S. (2003): Servis potrošača, Ekonomski fakultet, Beograd, s. 256.

³ Lovreta, S. (1979), Savremena maloprodaja, Savremena administracija, Beograd, s. 36.

(tehnika) prodaje i prodajnih cijena želi se ostvariti što veći promet sa što nižim troškovima.⁴

Trgovina u savremenom i razvijenom svijetu predstavlja najvažniju tržišnu aktivnost u prometu roba i usluga. Posredujući između proizvodnje i potrošnje, ostvaruje važnu ulogu u privrednom i društvenom razvoju svake pojedinačne zemlje.⁵

Kroz operativno funkcionisanje trgovinska preduzeća skraćuju put robama i uslugama od proizvodnje do potrošnje, povezuju dva najvažnija reprociklusa, usklađuju proizvodnu aktivnost sa zahtjevima i potrebama potrošača, kreiraju potrošačke navike i na svojevrsan način štite određena prava potrošača.⁶

Maloprodaja ima važnu socijalnu i ekonomsku funkciju u pogledu globalne privrede. Kada su trgovinska društva efikasna, direktno utiču na privredni razvoj jedne zemlje, a ukoliko posluju na globalnom nivou njihova konkurentnost je na visokom nivou. Maloprodaja će u Republici Srpskoj imati važnu ulogu u ukupnoj izgradnji integralne tržišne privrede, na određenom tržištu svojim mehanizmima uslovljava i kanališe mnoga kretanja na tom tržištu. Ovakvu ulogu maloprodaja ima na svim tržištima razvijenih zemalja.⁷

Provedeno istraživanje prikazuje nivo razvijenosti maloprodaje u Republici Srpskoj u periodu 2006-2010. godine. Ovaj vremenski horizont je posebno interesantan, jer obuhvata period prije, i za vrijeme globalne ekonomske i finansijske krize. Dobijeni rezultati ukazuju na ključne probleme i uzroke koji utiču na razvoj ovog sektora. U radu smo pokušali definisati moguće pravce i strategiju razvoja maloprodajnog sektora u Republici Srpskoj do 2020. godine, što bi doprinijelo kvalitetnijem upravljanju maloprodajom u Republici Srpskoj.

2. MALOPRODAJNE AKTIVNOSTI U REPUBLICI SRPSKOJ

2.1. Osnovni podaci o Republici Srpskoj

Republika Srpska je danas parlamentarna republika sa ograničenim međunarodnim subjektivitetom. Stoga ona neke svoje interese ostvaruje posredstvom zajedničkih organa vlasti na nivou Bosne i Hercegovine.

Glavni grad: Banja Luka

Državno uređenje: parlamentarna republika

Službeni jezici: srpski, hrvatski i bošnjački

Službena pisma: ćirilica i latinica

Površina: 24.617 km²

Stanovništvo: 1.439.673

Gustina naseljenosti: 59,9/km

⁴ Župljanin, S.S.: Savremena trgovina, (2009), NUBL, Banja Luka, s. 22.

⁵ Isto, s. 24.

⁶ Isto, s. 28.

⁷ Milosavljević, S. (2004): Trgovinska politika, Beogradska poslovna škola, Beograd, s. 26.

Valuta: Konvertibilna marka (KM)

Broj naselja: 2.721

Vremenska zona: UTC +1

Slika 1: Karta Republike Srpske



Izvor: <http://www.republikasrpska.net/licna-karta/>

Najveći broj stanovnika živi u ruralnim područjima (približno 64%).

U Srpskoj u 2010. godini prosječni mjesečni izdaci domaćinstva za potrošnju iznosili su 1.346,45 KM. Jedno domaćinstvo troši, u prosjeku, 432,62 KM mjesečno za hranu i piće (od čega se 49,32 KM, tj. 11,4% izdataka za hranu odnosi na procijenjenu vrijednost potrošnje iz vlastite proizvodnje), dok su izdaci za neprehrambene proizvode i usluge iznosili 913,83 KM.

Što se tiče strukture izdataka na neprehrambene proizvode, 23,2% ukupnih izdataka odnosi se na stambene jedinice i njihovo održavanje, 12,5% na transport i komunikacije. Ako ovome dodamo izdatke za zdravstvene usluge (3,4%) i obrazovanje (1,0%), vidimo da približno $\frac{3}{4}$ izdataka domaćinstva ide na proizvode i usluge koji se tretiraju kao nužne.

2.2. Institucije u oblasti trgovinskog poslovanja

Osnovne institucije u oblasti trgovinskog poslovanja u R. Srpskoj su:

1. Ministarstvo trgovine i turizma Republike Srpske – vrši upravne i druge stručne poslove koji se odnose na: promet roba i usluga u zemlji i inostranstvu; turizam i ugostiteljstvo; zanatstvo; funkcionisanje jedinstvenog tržišta; uticaj privrednog sistema i ekonomske politike na tržištu roba i usluga; odnose ponude i potražnje; opštu turističku informativno propagandnu djelatnost; snabdjevenost tržišta; cijene roba i usluga; zaštitu potrošača; robne rezerve; preduzeća i druga pravna lica u privatnoj svojini u oblasti prometa, turizma i ugostiteljstva; samostalne radnje i druge oblike samostalnog privređivanja u svim privrednim i drugim djelatnostima, osim samostalnog privređivanja u djelatnostima u kojima je zakonom utvrđen djelokrug drugog republičkog organa uprave; kao i inspeksijski nadzor u ovim oblastima;

pružanje informacija putem medija i drugih vidova informisanja o svom radu i vrši druge poslove u skladu sa zakonom i drugim propisima Republike Srpske i Bosne i Hercegovine.⁸

2.Privredna komora Republike Srpske - središte je privredne aktivnosti trgovačkih preduzeća. Komora zastupa i štiti interese članica vezanih za uslove poslovanja, kao i niz drugih specifičnih interesa. Glavni zadaci Komore usmjereni su na podsticanje razvoja trgovačke djelatnosti, poštivanje uzansi i dobrih običaja u trgovini, zastupanje interesa članica kod donošenja zakonskih rješenja vezanih za djelatnost članica.

2.3. Zakonska regulativa u oblasti trgovinskog poslovanja

Zakonodavstvo vezano za pravno uređenje trgovine u Bosni i Hercegovini je složeno i razučeno, te postoji veći broj pravnih izvora. Legislativni okvir proizlazi iz same složenosti pravnog uređenja Bosne i Hercegovine. To je razlog zašto se legislativna rješenja nalaze na više nivoa. Ovi nivoi proizlaze iz ustavnog okvira Bosne i Hercegovine i dijele se na: okvirne zakone na državnom nivou, entitetsko zakonodavstvo, zajedničke zakone na državnom nivou i kantonalno zakonodavstvo u Federaciji Bosne i Hercegovine.

Osnovni Zakoni kojim se reguliše rad trgovinskih preduzeća u Republici Srpskoj su:

- a) Zakon o trgovini;
- b) Zakon o zaštiti potrošača;
- c) Zakon o opštoj bezbjednosti proizvoda;
- d) Zakon o elektronskoj trgovini;
- e) Zakon o fiskalnim kasama;
- f) Zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju.

Zakoni koji regulišu ekonomske odnose sa inostranstvom većim dijelom su kompatibilni sa propisima Evropskih zemalja (Evropske unije). Izvoz i uvoz je u pravilu slobodan, a izuzetno se mogu primijeniti kvantitativna ograničenja kod zaštite domaćeg tržišta.

3. ANALIZA RAZVIJENOSTI UNUTRAŠNJE TRGOVINE U REPUBLICI SRPSKOJ

Oblast trgovine ima veoma značajnu ulogu u ukupnom privredno-ekonomskom i društvenom razvoju Republike Srpske. U Republici Srpskoj u značajnoj mjeri je došlo do liberalizacije trgovine. Potpisani su ugovori o slobodnoj trgovini između Bosne i Hercegovine i zemalja u okruženju: Slovenije, Hrvatske, Srbije, Crne Gore, Makedonije i Turske. Glavni ciljevi ovih ugovora su: podsticanje razvoja privrednih odnosa između ugovornih strana, prema tome, i unapređenje rasta i razvoja privrednih aktivnosti u ovim zemljama, poboljšanje životnih uslova i uslova zapošljavanja i finansijske stabilnosti, obezbjeđivanje pravičnih uslova za trgovinu između preduzeća ovih država.

⁸ Zakon o ministarstvima Republike Srpske, s. 5.

Analizu razvijenosti maloprodaje u Republici Srpskoj i određivanje njenog značaja u razvoju cjelokupne trgovine Republike Srpske posmatraćemo kroz sljedeće indikatore:

- struktura trgovinskih subjekata u Republici Srpskoj,
- broj trgovinskih preduzeća u Republici Srpskoj,
- broj prodavnica u unutrašnjoj trgovini na malo,
- ostvareni promet u unutrašnjoj trgovini,
- zaposlenost u unutrašnjoj trgovini,
- učešće trgovine u BDP,
- učešće trgovine po glavi stanovnika, i
- učešće trgovine u ukupnom prihodu na nivou Republike Srpske.

Podaci o maloprodaji su rezultat provođenja redovne statističke aktivnosti – Tromjesečni izvještaj o trgovini na malo i veliko (obrazac TRG-15). Izvor podataka su knjigovodstvene i druge evidencije preduzeća koja se bave trgovinskom djelatnošću na malo i veliko. Dijagnosticiranje sadašnjeg stanja u maloprodaji otežano je i zbog sljedećih specifičnosti:

- nedostatka pouzdanih i kompatibilnih podataka, koje uobičajeno izdaju nacionalne statistike,
- otežanog posmatranja Republike Srpske kao integralne cjeline, s obzirom na težnje za izgradnjom jedinstvenog ekonomskog prostora Bosne i Hercegovine, i
- još uvijek nekonsolidovanih sistema i metodologija statističkih praćenja i publiciranja podataka.

3.1. Struktura trgovinskih subjekata u Republici Srpskoj

Struktura trgovinskih subjekata u Republici Srpskoj je urađena na osnovu Registra jedinica razvrstavanja Republičkog zavoda za statistiku Republike Srpske. Jedinica razvrstavanja je subjekat koji je stekao svojstvo pravnog subjekta upisom u sudski ili neki drugi registar ili na osnovu zakonskog propisa – odluke o osnivanju.

Pravni trgovinski subjekti sa sjedištem u Brčko distriktu nisu uključeni u Registar jedinica razvrstavanja Republičkog zavoda za statistiku Republike Srpske.

Strukturu trgovinskih preduzeća u Republici Srpskoj ćemo posmatrati kroz:

- a) oblik organizovanja,
- b) oblik svojine, i
- c) porijeklo kapitala.

3.1.1. Oblik organizovanja

Prema registru jedinica razvrstavanja, od ukupnog broja trgovinskih preduzeća (7.711) broj trgovinskih subjekata prema obliku organizovanja, na dan 31.12.2010. godine je sljedeći:

Tabela 1. Pregled broja trgovinskih subjekata prema obliku organizovanja u Republici Srpskoj⁹

Oblik organizovanja	DOO	AD	javna preduzeća	ortačka društva	opšte zadruge	Specijalizovane zadruge	Ustanove
Br. preduzeća 31.12.2010.	6.512	901	35	95	29	27	112

Analizom je utvrđeno da je najveći broj preduzeća registrovan kao društvo sa ograničenom odgovornošću, odnosno, društva sa ograničenom odgovornošću učestvuju sa 84.67% u ukupnom broju registrovanih društava. Najmanji broj registrovanih preduzeća zabilježen je kod specijalizovanih zadruga, dok javna preduzeća i opšte zadruge bilježe isti odnos učešća u ukupnom broju registrovanih društava.

3.1.2. Oblik svojine

Prema obliku svojine, na dan 31.12.2010. godine, od ukupnog broja trgovinskih preduzeća registrovanih na teritoriji Republike Srpske, u privatnoj svojini nalazi se 7.343 preduzeća, državnoj svojini pripada 85 preduzeća, zadružnih preduzeća ima 47, preduzeća sa dva ili više oblika svojine ima 232 preduzeća, i bez oblika svojine vode se 4 trgovinska preduzeća. Navedeni podaci ukazuju na to da je predominantno privatno vlasništvo, koje u ukupnoj strukturi prema obliku svojine učestvuje sa 95.87 %.

3.1.3. Porijeklo kapitala

Prema porijeklu kapitala, na dan 31.12.2010. godine, od ukupnog broja trgovačkih preduzeća registrovanih na teritoriji Republike Srpske, domaći kapital čine 6.781 trgovinska preduzeća, strani kapital čine 666 trgovinska preduzeća, 257 trgovinskih preduzeća čini mješoviti kapital, i bez oznake porijekla kapitala čini 7 trgovinskih preduzeća. Iz gore navedenih brojki nesumljivo je da domaći kapital prednjači, tj. u ukupnoj strukturi prema porijeklu kapitala učestvuje sa 87.78%.

3.2. Broj trgovinskih preduzeća u Republici Srpskoj

Tabela 2. Pregled broja trgovinskih preduzeća u RS¹⁰

	2006	2007	2008	2009	2010
Broj trgovačkih preduzeća	6.706	7.067	7.330	7.613	7.711

⁹Statistički godišnjak Republike Srpske, (2010): Zavod za statistiku Republike Srpske, Banja Luka, s. 16.

¹⁰ Isto, s. 19.

Prikazani podaci nam nesumljivo ukazuju da se broj registrovanih preduzeća iz godine u godinu povećava. U posmatranom periodu broj trgovinskih preduzeća se povećao za 14,98 %. Razlog ovakvog povećanja može se pripisati tome, što je trgovina - maloprodaja, jedna od najatraktivnijih djelatnosti za investiranje. Od ukupno registrovanih trgovinskih preduzeća u Republici Srpskoj, 55% čine preduzeća na teritoriji područne Privredne komore Banja Luka.

3.3. Učešće trgovinskih preduzeća u ukupnom broju registrovanih privrednih subjekata u Republici Srpskoj

Tabela 3. Pregled učešća trgovinskih preduzeća u ukupnom broju registrovanih privrednih subjekata u Republici Srpskoj¹¹

	2006	2007	2008	2009	2010
Učešće trgovačkih preduzeća u ukupnom broju registrovanih pravnih subjekata	35.51	34.55	33.56	33.11	33.01

Iz navedene tabele vidimo da se učešće trgovinskih preduzeća u ukupnom broju registrovanih privrednih subjekata u posmatranom periodu, iz godine u godinu, smanjuje. Razlog takve promjene bilježi se zbog razvoja ostalih privrednih djelatnosti. Od ukupnog broja razvrstanih pravnih subjekata na dan 31.12.2010. godine, najveće učešće od 33.1% imali su pravni subjekti razvrstani u području trgovine na veliko i trgovine na malo.

3.4. Broj prodavnica u unutrašnjoj trgovini na malo

Tabela 4. Pregled broja prodavnica u unutrašnjoj trgovini na malo u Republici Srpskoj¹²

	2006	2007	2008	2009	2010
Broj prodavnica	4.692	4.843	5.165	5.100	5.008

Kao što je vidljivo iz ovih podataka, broj maloprodajnih prodavnica u periodu od 2006–2009. godine bilježi znatan rast. U 2009. godini vidljivo je da, ne samo da nije došlo do povećanja broja prodavnica u trgovini na malo, već ih je, u odnosu na 2008. godinu, 65 zatvoreno. I u 2010. godini u odnosu na 2009. godinu bilježi se 92 zatvorena maloprodajna objekta. Razlog zatvaranja maloprodajnih objekata nalazi se u prisustvu sve većeg broja velikih tržišnih lanaca na području Republike Srpske, kao i posledice globalne ekonomske i finansijske krize, koja nije mimoišla ni ovaj sektor.

¹¹ Isto, s. 36.

¹² Isto, s. 6.

3.5. Struktura prodavnica u trgovini na malo prema djelatnosti preduzeća

Tabela 5. Struktura prodavnica u trgovini na malo prema pretežnoj djelatnosti preduzeća¹³

Trgovačke djelatnosti	2006	2007	2008	2009	2010
Prodaja, održavanje i opravka motornih vozila i motocikala, trgovina na malo motornim gorivima	397	441	513	541	593
Trgovina na veliko	1.684	1.763	1.851	1.761	1.624
Trgovina na malo	1.612	1.644	1.731	1.731	1.726
Netrgovinske djelatnosti					
Prerađivačka industrija	637	632	659	659	654
Poljoprivreda, lov i šumarstvo	177	178	181	173	166
Ostale djelatnosti	185	185	230	235	245
UKUPNO	4.692	4.843	5.165	5.100	5.008

Iz prethodne tabele možemo vidjeti cjelovitu sliku strukture trgovine na malo prema pretežnoj djelatnosti. U posmatranom periodu trgovina na veliko u prvih tri godine bilježi stalan rast, dok u 2009. i 2010. godini bilježi znatan pad. Za razliku od trgovine na veliko, trgovina na malo u prvih četiri godine bilježi stalan rast, dok u 2010. godini primjetan je mali pad. Razlog smanjenja rasta u prikazanom periodu može se pripisati ekonomskoj krizi koja je zahvatila trgovinski sektor. U strukturi netrgovinske djelatnosti, prerađivačka industrija i poljoprivreda, lov i ribolov imaju neznatne oscilacije u petogodišnjem periodu, dok ostale djelatnosti bilježe mali rast.

3.6. Ostvareni promet u unutrašnjoj trgovini

U smislu statističkog praćenja pod prometom robe u trgovini na malo podrazumijevamo vrijednost prodane robe krajnjim potrošačima, prije svega stanovništvu za ličnu potrošnju i za upotrebu u domaćinstvu. Promet od 2006. godine sadrži porez na dodatu vrijednost (PDV).

¹³ Isto, s. 22.

Tabela 6. Pregled ostvarenog prometa u trgovini na malo u RS (u hiljadama KM)¹⁴

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
UKUPNO	2.596.920	3.017.867	3.666.284	3.292.976	3.513.862

Promet robe u unutrašnjoj trgovini na malo ima trend rasta u periodu od 2006. do 2008. godine, dok u 2009. godini ima blagi pad u odnosu na 2008. godinu. Rast prometa robe zabilježen je i u 2010. u odnosu na 2009. godinu. Rast prometa pripisuje se rezultatu pooštrene kontrole robno-novčanih tokova.

Tabela 7. Struktura prometa robe u unutrašnjoj trgovini na malo u RS¹⁵

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Trgovina na malo u nespecijalizovanim prodavnicama	30.3	30.2	29.5	32.4	30.1
Trgovina na malo motornim gorivima	26.7	25.1	26.7	23.5	26.4
Ostala trgovina na malo u spec. prodavnicama	23.4	24.7	24.4	23.5	20.8
Trgovina na malo hranom, pićem i duvanom	11.8	11.7	10.4	10.6	9.7
Ostale trgovine	7.8	8.3	9.0	10.0	13
UKUPNO	100	100	100	100	100

Kada je u pitanju struktura prometa, trgovina na malo u nespecijalizovanim prodavnicama, u ukupnom prometu u 2010. godini učestvuje sa 30.1 %, potom slijedi trgovina na malo motornim gorivima sa 26.4%, a na trećem mjestu nalazi se ostala trgovina na malo u specijalizovanim trgovinama, i to sa 20.8%. Ostale trgovine, pod kojim podrazumijevamo 6 različitih trgovina, u ukupnom prometu učestvuju sa neznatnim procentom. Najveći procenat učestvovanja trgovine na malo u nespecijalizovanim prodavnicama može se ogledati u tome, što iste raspolažu širim asortimanom roba i usluga, te samim tim i veću posjećenost od strane kupaca.

Tabela 9. Pregled prometa po prodavnicu u trgovini na malo u RS (u hiljadama KM)¹⁶

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Ostvareni promet po prodavnicu	553	623	710	646	702

Ostvareni promet po prodavnicu u trgovini na malo u posmatranom periodu oscilira. Od 2006. do 2008. godine bilježi se stalan rast prometa, dok u 2009. godini dolazi do znatnog pada prometa, čemu je doprinijela ekonomska kriza. U 2010. godini nastavlja se trend rasta.

¹⁴ Isto, str. 6.

¹⁵ Isto, str. 8.

¹⁶ Statistički bilten (2011): Zavod za statistiku Republike Srpske, Banja Luka s. 6.

Tabela 10. Pregled ostvarenog prometa po zaposlenom u trgovini na malo u RS¹⁷

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Ostvareni promet po zaposlenom u trgovini na malo	161	167	193	181	191

Kao i u prethodnim tabelama u kojima smo prikazivali ostvareni promet, i u ovoj tabeli vidljivo je da se promet po zaposlenom u prve tri godine posmatranog perioda povećava, što je logično, dok u 2009. primjećujemo pad prometa, u 2010. godini zabilježen je rast prometa po zaposlenom.

Tabela 12. Pregled ostvarenog prometa po opštinama u trgovini na malo u RS¹⁸ (u hiljadama KM)

Ostvareni promet po opštinama	2006	2007	2008	2009	2010
Banja Luka	627.843	708.765	873.599	808.064	822.543
Bijeljina	353.184	426.641	486.403	450.073	474.141
Gradiška	132.784	153.912	182.379	163.165	177.519
Doboj	110.265	129.944	164.645	164.865	172.635
Laktaši	175.203	204.374	251.946	187.327	203.616
Prijedor	174.089	190.780	226.908	193.101	204.532
Ostale opštine	1.023.552	1.203.451	1.480.404	1.326.381	1.458.876
UKUPNO	2.596.920	3.017.867	3.666.284	3.292.976	3.513.862

U strukturi ostvarenog prometa po opštinama u unutrašnjoj trgovini na malo u Republici Srpskoj, vidimo da se većina trgovine odvija na području opštine Banja Luka, potom slijede Bijeljina, Laktaši, itd. Ostale opštine broje 56 opštinskih jedinica.

U strukturi prometa prema načinu plaćanja u unutrašnjoj trgovini na prvom mjestu nalazi se prodaja za gotov novac i to sa 84.75% učešća u ukupnom prometu.¹⁹

3.7. Zaposlenost u trgovinskom sektoru

Pod zaposlenim osobljem podrazumijevaju se lica koja isključivo ili pretežno rade na poslovima trgovine na veliko i trgovine na malo. Podaci se daju na osnovu kadrovske evidencije sa stanjem na kraju godine.

¹⁷ Isto, s. 6.

¹⁸ Isto, s. 6.

¹⁹ Isto, s.14.

Tabela 13. Pregled broja zaposlenih u unutrašnjoj trgovini na malo²⁰

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Zaposleni u unutrašnjoj trgovini na malo	16.128	18.122	19.038	18.197	18.399

U prve tri godine posmatranog perioda bilježi se povećanje broja zaposlenih i to za 2910 lica, dok u 2009. godini broj zaposlenih se smanjuje. U odnosu na 2008. godinu broj zaposlenih je smanjen za 841 lice. 2010. godina bilježi rast zaposlenih u odnosu na 2009. godinu, za 202 lica. Kao i u prethodno analiziranim indikatorima razvijenosti maloprodaje u RS, i ovdje vidimo da 2009. godina odstupa od ostalih perioda posmatranja. Negativni trend svjetske ekonomske krize očituje se i kod nas.

Tabela 14. Pregled broja zaposlenih u trgovini na malo prema djelatnosti preduzeća²¹

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Trgovačke djelatnosti					
Prodaja, održavanje i opravka m/v i motocikala, trgovina na malo gorivima	1.577	1.953	1.923	1.908	2.391
Trgovina na veliko	5.881	6.636	6.240	5.831	5.084
Trgovina na malo	6.172	6.771	7.978	7.758	8.552
Netrgovinske djelatnosti					
Prerađivačka industrija	1.583	1.795	1.778	1.642	1.598
Poljoprivreda, lov i šumarstvo	380	449	458	437	421
Ostale djelatnosti	535	518	661	621	353
UKUPNO	16.128	18.122	19.38	18.197	18.399

U strukturi trgovinske djelatnosti, iz gore prikazanih podataka, vidimo da uveliko prevladava trgovina na malo, koja do 2009. godine bilježi stalan rast zaposlenih, kada dolazi do neznatnog pada, dok u 2010. godini bilježi se rast zaposlenih u datoj oblasti. Slijedi trgovina na veliko, koja u posmatranom periodu oscilira po kretanju broja zaposlenih.

U strukturi netrgovinske djelatnosti prednjači prerađivačka industrija, te poljoprivreda, lov i ribolov.

Kada je u pitanju učešće zaposlenih u unutrašnjoj trgovini u 2010. godini, prednjači trgovina na malo u nespecijalizovanim prodavnicama i to sa 35.0%, potom slijedi ostala trgovina na malo u specijalizovanim prodavnicama sa 29.2%, te trgovina na malo motornim gorivima sa 13.1%.²² Ostale trgovine učestvuju sa izuzetno malim procentom.

²⁰ Statistički godišnjak, (2010): Zavod za statistiku Republike Srpske, Banja Luka, s. 235.

²¹ Isto, s. 235.

²² Statistički bilten, (2011), Zavod za statistiku Republike Srpske, Banja Luka, s.12.

3.8. Pregled BDP u Republici Srpskoj za period 2006 - 2010

Bruto domaći proizvod je rezultat proizvodnje dobara i usluga rezidenta na teritoriji Republike Srpske i jedan je od veoma bitnih elemenata analize stanja trgovine u Republici Srpskoj. U narednoj tabeli dajemo pregled kretanja bruto domaćeg proizvoda u Republici Srpskoj u periodu od 2006. do 2010. godine.

Tabela 16. Pregled kretanja BDP u RS u periodu od 2006.-2010.²³

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Iznos BDP	6.543.726	7.350.985	8.489.287	8.222.974	8.560.381

Iz navedenih podataka vidimo da BDP u prve tri godine posmatranog perioda bilježi znatan rast, dok u 2009. godini slijedi blagi pad. Rast BDP bilježi se i u 2010. godini. U 2010. godini prema podacima zavoda za statistiku Republike Srpske, BDP posebno bilježi rast u oblasti trgovine.

3.9. Učešće trgovine u ukupnom BDP

Tabela 17. Pregled učešća trgovine u ukupnom BDP²⁴

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
%	17.1	17.8	18.0	17.9	18.6

Učešće trgovine u ukupnom BDP u posmatranom periodu se u prve tri godine neznatno povećava. U 2006. godini učešće trgovine u ukupnom BDP iznosi 17,1 %, u 2007. godini 17,8 %, 2008. godini 18 %. U 2009. godini dolazi do pada ovog učešća i isti iznosi 17,9%. U 2010. godini dolazi do blagog povećanja ovog parametra, tako da isti iznosi 18,6%.

3.10. Učešće trgovine po glavi stanovnika

Tabela 18. Pregled učešća trgovine po glavi stanovnika, (u hiljadama KM)²⁵

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Iznos	3.657	4.396	5.430	5.001	5.179

Učešće trgovine po glavi stanovnika u posmatranom periodu se u prve tri godine povećava. U 2009. godini slijedi pad učešća trgovine po glavi stanovnika, dok se u 2010. bilježi blagi porast i isti iznosi 5.179 hiljada KM.

²³ Isto, s.18.

²⁴ Isto, s.13.

²⁵ Isto, s. 28.

3.11. Učešće trgovine u ukupnom prihodu na nivou Republike Srpske

Tabela 19. Pregled učešća trgovine u ukupnom prihodu na nivou RS²⁶

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
%	40,7	40,9	41,8	43,7	44,6

Učešće trgovine u ukupnom prihodu na nivou Republike Srpske u posmatranom periodu svake godine se povećava. Prosječna stopa povećanja za posmatrani period iznosi 42,34 %. Razlog povećanja stope učešća trgovine u ukupnom prihodu RS, ogleda se u smanjenju prihoda ostalih privrednih djelatnosti, koje su više pretrpjele uticaj ekonomske krize.

3.12. Domaći sajmovi

Sajmovi predstavljaju institucije tržišta na kojima se vrši prezentacija uzoraka proizvoda, kao i prezentacija različitih usluga velikog broja ponuđača. Prezentacija se vrši pred publikom, koju predstavljaju posjetioci koji ciljano obilaze određene punktove na kojima žele da vide određeni proizvod ili uslugu.²⁷ U narednoj tabeli dajemo pregled primarnih podataka o domaćim sajmovima na području Republike Srpske. Podaci su dobijeni na osnovu redovnog godišnjeg istraživanja.

Tabela 20. Primarni podaci o domaćim sajmovima²⁸

Godina	2006	2007	2008	2009	2010
Broj sajmova	1	1	2	13	12
Broj međunarodnih sajmova	1	1	2	13	12
Broj nacionalnih sajmova	0	0	0	0	0
Izložbeni prostor u m ²	2.200	3.899	13.400	45.080	77.521
Broj domaćih izlagača na sajmu	45	58	186	857	589
Broj stranih izlagača na sajmu	15	12	84	371	179
Broj stranih zemalja na sajmu	5	3	11	59	78
Broj posjetilaca na sajmu	2.905	5.217	17.000	78.904	79.720

U 2010. godini je održano dvanaest sajmova. U posmatranom periodu vidljivo je da su održani sajmovi međunarodnog karaktera. Veličina izložbenog prostora u 2010. godini u odnosu na 2009. godinu veća je za 72.0%, dok je broj izlagača u odnosu na 2009. godinu manji za 37.5%. Na sajmovima je izlagalo 32.2% više stranih zemalja nego u 2009. godini, dok je

²⁶ Isto, s. 29.

²⁷ Župljanin, S.S. (2009): Savremena trgovina - Strategije i politike trgovine u BiH, (2009), NUBL, Banja Luka, s. 539.

²⁸ Statistički bilten, (2010): Zavod za statistiku R. Srpske, Banja Luka, s. 1.

ukupan broj posjetilaca sajma u 2010. godini veći za 1 % u odnosu na 2009. godinu.

Sajmovi su specijalizovanog karaktera, i veoma mali broj iz oblasti poljoprivrede. U Republici Srpskoj sajamske manifestacije su neracionalno organizovane, nisu koordinirane i međusobno usklađene.

3.13. Analiza podataka prikupljenih putem anketiranja

Anketom je pokriveno područje cijele Republike Srpske. Sektorska i geografska zastupljenost, veličina uzorka ankete, učešće anketiranih trgovačkih društava i anketiranih građana, obezbjeđuju potrebnu reprezentativnost uzorka.

U toku anketiranja kontaktirano je 150 trgovinskih društava i 1.200 građana različitih profila na različite načine.

Pitanja su bila kratka i precizna i za svako od njih ponuđen je set veoma kratkih alternativnih odgovora, tako da ispitanici nisu morali gubiti puno vremena na popunjavanje upitnika. Cilj anketiranja je bio da se u realnoj praksi provjere trendovi i kretanja u maloprodaji Republike Srpske. Dobijeni rezultati putem anketiranja korespondiraju sa ostalim rezultatima dobijenim provedenim istraživanjem, te se na osnovu njih mogu izvesti određena zaključivanja.

ZAKLJUČAK

Zbog relativno niskog investicionog i tehnološkog praga ulaska, maloprodaja je jedna od najatraktivnijih djelatnosti za investiranje. Ona nosi ulogu jednog od generatora razvoja, a posebno razvoja preduzetništva.

Maloprodajno tržište u Republici Srpskoj je relativno usitnjeno i u budućnosti bi moglo doći do značajnih preuzimanja, pogotovo dolaskom velikih evropskih maloprodajnih lanaca.

Iz rezultata analize tržišta i maloprodaje, zatim institucija i propisa koji se odnose na to područje, proizilazi da je Republika Srpska tržište u nastajanju, u kojem maloprodaja kao djelatnost ima važnu ulogu, jer ima najveći pojedinačni doprinos bruto domaćem proizvodu i pojedinačno zapošljava najviše radnika od ukupnog broja zaposlenih, dok se institucije još uvijek izgrađuju.

Većina maloprodajnih lanaca u Republici Srpskoj ima značajnih problema s usklađivanjem vlastitih ambicija u smislu kupovne snage i gustoće naseljenosti na određenoj teritoriji.

Zakoni koji regulišu područje maloprodaje i domaćeg tržišta većim su dijelom doneseni, ali predstoji još usklađivanje značajnih zakona s pravnim tekovinama EU, što će za rezultat imati redefinisanje uloga institucija i odnosa među institucijama.

Razvoj maloprodajne distributivne mreže i maloprodajnih aktivnosti u Republici Srpskoj nalaze se u procesu intenzivne tranzicije od dominantno tradicionalne organizacije distributivne mreže ka jednoj fazi naprednog

hibridnog tržišta, koje je opet prelazna faza ka uspostavljanju maloprodajnih distributivnih standarda koji vrijede za napredna i visoko razvijena tržišta. Potpuna tranzicija biće završena prije 2020. godine.

Analizom i prezentacijom prikupljenih podataka iz primarnih i sekundarnih izvora, moguće je izvesti sljedeća zaključivanja:

1. Sadašnje maloprodajne aktivnosti ne doprinose razvoju trgovinskog sektora, a time i cjelokupne privrede, s obzirom da su nerazvijeni savremeni maloprodajni trgovinski formati.

2. Maloprodajne aktivnosti mogu značajno uticati na razvoj trgovačkog sektora u cjelini, a time i povećanje efikasnosti ukupne privrede do 2020. godine.

3. Zaštita potrošača u Republici Srpskoj je nedovoljna i neodgovarajuća.

4. Za rast i razvoj maloprodajnog trgovinskog sektora veoma je značajna uloga države, koja se ogleda kroz kreiranje stimulativnih razvojnih strategija i politika ovog sektora.

5. Potrebno je donijeti nove, na naučnoj osnovi utemeljene, strategije i politike razvoja maloprodaje u Republici Srpskoj do 2020. godine.

I na samom kraju, možemo zaključiti, da u narednom petogodišnjem periodu maloprodajni trgovinski sektor ima veoma veliku perspektivu za razvoj na tržištu Republike Srpske, naravno, uz podršku države koja će odgovarajućim institucionalnim okvirom stimulisati potencijalne investitore da ulažu u ovaj vid značajne privredne djelatnosti, kao i usklađivanje Zakona o zaštiti potrošača s Direktivama EU i njihovo dosljedno provođenje u praksi.

MANAGEMENT OF THE RETAIL IN THE REPUBLIC OF SRPSKA TO 2020

Professor Slobodan S. Župljanin PhD

Abstract: Republic of Srpska represents a vital community consisting in complex factors that affect its retail trade sector.

In this paper, we analyze the key retail activities in the Republic of Srpska in order to determine the actual development conditions of the retail trade sector in the Republic of Srpska. This implies the determining of the development level of the retail trade sector, ownership structure and competitiveness of the market in the Republic of Srpska, and analysis of basic economic - financial parameters of the retail trade business in the Republic of Srpska.

The research subject in this paper is the retail trade sector in the Republic of Srpska in a light of its continuous development, with an aim to possibly define the development directions of this sector in the future.

Keywords: *management, retail, trade sector, integral development.*

LITERATURA

1. Aćimović, S. (2003): *Servis potrošača*, Ekonomski fakultet, Beograd.
2. Agencija za statistiku BiH, *Grupni izvještaji*, (2006, 2007, 2008 i 2009): Sarajevo.
3. Baker, J. M. *Marketing*, (1994): TheMcmillan Press, London.

4. CBA, (2007): *Nacionalni lanac udružene trgovine*.
5. Centralna banka BiH, (2006): *Glavni ekonomski indikatori*, Sarajevo.
6. Coughlan, A.T., Anderson E., Stern, L.W., El-Ansary, A. I. (2006): *Marketing Channels*, Pearson EducationInc., Upper Saddle River, New Jersey.
7. Hopkins, T. (2005): *Kako ovladati vještinom prodaje*, Most, Finesa, Beograd.
8. Končar, J. (1998): *Ekonomika unutrašnje trgovine i trgovinska politika*, Prometej, Novi Sad.
9. Končar, J. (2001): *Menadžment maloprodaje*, Ekonomski fakultet, Subotica.
10. Kovačević, R. (2001): *Tranzicija i trgovinska politika*, Institut za spoljnu politiku, Beograd.
11. Lovreta, S. (2005): *Trgovinski menadžment*, Ekonomski fakultet, Beograd.
12. Lovreta, S. (1979): *Savremena maloprodaja*, Savremena administracija, Beograd.
13. Pavlek, Z. (2005): *Uspješna trgovina*, Adižes, Novi Sad.
14. Republički zavod za statistiku, *Statistički Godišnjak NR BiH 1945-1953*, (1954): Sarajevo.
15. Republički zavod za statistiku, *Statistički godišnjak BiH*, (1992 9): Sarajevo.
16. Republika Srpska-Republički zavod za statistiku, *Saopštenja*, (2008), Banja Luka.
17. Republika Srpska – Republički zavod za statistiku, *Mjesečni statistički pregled, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010*, Banja Luka.
18. Spoljnotrgovinska komora BiH, *Godišnji izvještaj za 2006*, (2006): Sarajevo.
19. USAID LAMP, *Tehnička pomoć u brendingu, izlaganju robe na policama unutar maloprodajnog objekta i promocijama*, (2005): Finalni izvještaj, Sarajevo.
20. Vilus, J.: *Elektronsko trgovačko pravo*, (2000): ECPD, Beograd.
21. Župljanin, S.S. (2009): *Savremena trgovina - strategije i politike trgovine u BiH*, NUBL, Banja Luka.
22. www.balkantimes.com.
23. www.cbbh.ba.
24. www.economic-vitez.com.
25. www.e-trgovina.co.yu.
26. www.europa.eu.int.
27. www.fmt.gov.ba.
28. www.gfk.hr/press1/maloprodaja.htm.
29. www.goldy-chips.com.
30. www.internetnews.com.
31. www.komorabih.ba
32. www.kupujmodomace.ba
33. <http://pks.komora.net/PrivredauSrbiji>.
34. www.maxi.co.yu.
35. www.mercator.co.yu.
36. www.nacional.hr/articles/view/17834
37. www.novitas.co.yu
38. www.republikasrpska.net/licna-karta/
39. www.worldbank.com.