

# ULOGA DISTRIBUTIVNE TRGOVINE U STVARANJU DODANE VRIJEDNOSTI U BRČKO DISTRIKTU BiH

*Fatima Ribić*<sup>1</sup>

UDK / UDC: 658.86(497.6 Brčko distrikt)

JEL klasifikacija / JEL classification: F31

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 19. ožujka 2015. / March 19, 2015

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 27. svibnja 2015. / May 27, 2015

## **Sažetak**

*Distributivna trgovina obuhvaća sve oblike trgovačkih aktivnosti, počevši s nabavkom robe od proizvođača, pa sve do njezine prodaje krajnjem potrošaču. U državama ili njezinim političko-administrativnim jedinicama predstavlja jedan od najznačajnijih gospodarskih sektora. U ovom radu razmatra se uloga distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH. Prvo su objašnjene osnovne karakteristike distributivne trgovine kao gospodarske aktivnosti i koncept dodane vrijednosti. Nakon toga je obavljena kvantitativna analiza podataka o stvorenoj dodanoj vrijednosti u sektoru distributivne trgovine i njegovim podsektorima (trgovina motornim vozilima, trgovina na veliko i trgovina na malo) u Brčko distriktu BiH, Bosni i Hercegovini, Europskoj uniji i njezinim državama članicama i utvrđeni odgovarajući pokazatelji. Zatim je obavljena komparativna analiza dobivenih pokazatelja i izvedeni zaključci o ulozi distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH. Rezultati istraživanja pokazuju veliki značaj ove gospodarske aktivnosti za stvaranje društvenog bruto proizvoda u Brčko distriktu BiH. Više od 1/3 dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima, tj. oko 1/4 dodane vrijednosti u cijelom gospodarstvu Brčko distrikta BiH stvara se u distributivnoj trgovini. Mogući razlozi za to su veliki broj kupaca (krajnjih potrošača) iz manjih okolnih općina koji svoje kupovine obavljaju u Brčko distriktu BiH, kao i manji doprinos prerađivačke industrije stvaranju dodane vrijednosti.*

**Ključne riječi:** *dodana vrijednost, distributivna trgovina, trgovina na malo, trgovina na veliko.*

---

<sup>1</sup> Fatima Ribić, stručna savjetnica-lektorica, Skupština Brčko distrikta Bosne i Hercegovine, E-mail:fatimaribic@yahoo.com

## 1. UVOD

Mogućnost stvaranja dodane vrijednosti u nekoj gospodarskoj aktivnosti jedan je od najvažnijih pokazatelja doprinosa te aktivnosti stvaranju društvenog bruto proizvoda. Naime, dodana vrijednost je izlazna vrijednost proizvoda i usluga, prije naplate poreza, i umanjena za sve troškove ulaganja (inputa), odnosno samo vrijednost koja je rezultat poslovnih operacija obavljenih u toj gospodarskoj aktivnosti. Dodane vrijednosti svih gospodarskih aktivnosti, tj. dodana vrijednost gospodarstva, može se pretvoriti u društveni bruto proizvod dodavanjem poreza i oduzimanjem svih subvencija. Prema nekim procjenama, dodana vrijednost uobičajeno čini otprilike 90% ukupnog društvenog bruto proizvoda. Zbog činjenice da pokazuje konkretan doprinos određene gospodarske aktivnosti stvaranju društvenog bruto proizvoda, pogodna je za različite analize značaja i uloge gospodarskih aktivnosti u nekom gospodarstvu.

Predmet našeg interesiranja je uloga distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH. Predmetom je obuhvaćeno istraživanje doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti, kao i analiza strukture dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini, tj. doprinos trgovine motornim vozilima, trgovine na veliko i trgovine na malo, u Brčko distriktu BiH, Bosni i Hercegovini, Europskoj uniji i njezinim državama članicama.

Cilj istraživanja je da se utvrdi postoje li razlike u stupnju doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti na razini Brčko distrikta BiH i na razini države Bosne i Hercegovine, i ako postoje, da se definira njihov značaj i identificiraju čimbenici koji su uvjetovali njihov nastanak. Osim toga, cilj se odnosi i na utvrđivanje mogućih razlika u strukturi dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini, tj. udjela podsektora (trgovina motornim vozilima, trgovina na veliko i trgovina na malo) u njezinom stvaranju, u Brčko distriktu BiH i Bosni i Hercegovini. Imajući na umu usmjerenost Bosne i Hercegovine k europskim integracijama, istraživanje je obuhvatilo i komparaciju doprinosa i strukture dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini s istim vrijednostima na razini Europske unije i njezinih država članica.

Da bi se ispunili predmet i cilj istraživanja, tj. da bi se identificirala uloga i utvrdio značaj distributivne trgovine za gospodarstvo Brčko distrikta BiH, analizirani su kvantitativni pokazatelji dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini i nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH, Bosni i Hercegovini, Europskoj uniji i njezinim državama članicama, i izvršena komparacija dobivenih pokazatelja, na temelju čega su doneseni zaključci.

## 2. TEORIJSKE OSNOVE AKTIVNOSTI DISTRIBUTIVNE TRGOVINE I KONCEPTA DODANE VRIJEDNOSTI

Prije nego što se započne s analiziranjem kvantitativnih pokazatelja dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini Brčko distrikta BiH, Bosne i Hercegovine, Europske unije i njezinih država članica, potrebno je objasniti osnovne karakteristike distributivne trgovine kao gospodarske aktivnosti i definirati koncept dodane vrijednosti.

## 2.1. Osnovne karakteristike distributivne trgovine

Distributivna trgovina je jedna od najstarijih gospodarskih aktivnosti, ali je u prošlosti u ekonomskoj literaturi bila malo zastupljena. Definirana je kao skup zadataka koji podrazumijeva kupovinu proizvoda ili usluga kako bi se ponovno prodali s određenom maržom koja pokriva troškove i rizike poslovanja.<sup>2</sup> Ovakvo shvaćanje distributivne trgovine može se okarakterizirati kao tradicionalno. Gospodarski razvoj, poslije Drugog svjetskog rata, koji je doveo do povećanja proizvodnje i značajnih promjena na tržištu na temelju postepenog jačanja uloge trgovinskih poduzeća u lancu vrijednosti od proizvođača do potrošača, promijenio je pogled na distributivnu trgovinu. Danas se distributivna trgovina smatra pravom gospodarskom aktivnošću sa svojim specifičnim karakteristikama koje zahtijevaju da se izučava kao sve ostale gospodarske aktivnosti. U suvremenoj ekonomskoj literaturi distributivna trgovina se najčešće definira kao ukupnost svih oblika trgovačkih aktivnosti, od nabavke robe od proizvođača do isporuke robe krajnjem potrošaču. Službena statistika Bosne i Hercegovine na sličan način definira distributivnu trgovinu i tretira je kao sektor koji uključuje sve oblike trgovinskih aktivnosti, od nabavke robe od proizvođača do isporuke robe krajnjem potrošaču na domaćem tržištu.<sup>3</sup> Prema ovoj definiciji, distributivna trgovina obuhvaća: trgovinu na veliko za vlastiti račun, posredovanje u trgovini na veliko, trgovinu na malo i popravke motornih vozila i motocikala.

Mogućnost podjele distributivne trgovine na manja područja aktivnosti je velika. Mi ćemo se zadržati na podjeli prema važećoj klasifikaciji gospodarskih aktivnosti u Europskoj uniji (*European Classification of Economic Activities – NACE*)<sup>4</sup>, koja će se koristiti i u nastavku rada. Ovu klasifikaciju primjenjuju agencije za statistiku svih država članica Europske unije. Statističko praćenje gospodarskih aktivnosti u Bosni i Hercegovini je usklađeno s NACE klasifikacijom Odlukom o klasifikaciji djelatnosti Bosne i Hercegovine 2010<sup>5</sup>. Na taj način su stvoreni uvjeti za usporedbu doprinosa gospodarskih aktivnosti u Bosni i Hercegovini (i njezinih sastavnih dijelova entiteta, Distrikta, županija) s njihovim doprinosom u Europskoj uniji i pojedinim državama članicama.

NACE klasifikacija distributivnu trgovinu izdvaja kao poseban sektor pod oznakom G – Trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala, koji obuhvaća tri podsektora: 45 – Trgovina na veliko i na malo motornim vozilima i motociklima, popravak motornih vozila i motocikala, 46 – Trgovina na veliko, osim motornih vozila i motocikala i 47 – Trgovina na malo, osim motornih vozila i motocikala.

Trgovina na veliko i malo motornim vozilima i motociklima, popravak motornih vozila i motocikala (u nastavku teksta: trgovina motornim vozilima) ne predstavlja poseban oblik distributivne trgovine, već se u poseban podsektor, za potrebe statističke obrade, izdvajaju trgovina na veliko i trgovina na malo motornim vozilima.

<sup>2</sup> Schaffers, H. et al. (2011). Retail and Wholesale Trade Sector – Final sector report, Brussels: Europe INNOVA Sectoral Innovation, str. 11.

<sup>3</sup> Statistika distributivne trgovine: Indeks prometa distributivne trgovine u BiH, II. kvartal 2014. (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, str. 9.

<sup>4</sup> European Commission (2008), NACE Rev. 2 Statistical classification of economic activities in the European Community, Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.

<sup>5</sup> Odluka o klasifikaciji djelatnosti Bosne i Hercegovine 2010, Službeni glasnik BiH, br. 47/10.

Trgovina na veliko se odnosi na prodaju velike količine robe preprodavačima, poslovnim korisnicima ili grupama, koji potom prodaju proizvode krajnjim potrošačima.<sup>6</sup> Naime, ona posreduje između proizvođača, s jedne strane, i trgovaca na malo i poslovnih korisnika, s druge strane. Službena statistika Bosne i Hercegovine trgovinu na veliko definira kao aktivnost kupovine i preprodaje robe industrijskim, trgovačkim, profesionalnim korisnicima i ustanovama i drugim poslovnim subjektima, koji se bave trgovinom na veliko ili na malo. Također, uključuje i tranzitni promet robe (prodaja robe koja se po nalogu prodavača izravno isporučuje kupcu bez prethodnog uskladištenja kod prodavača).<sup>7</sup>

Trgovina na malo je oblik trgovine u kojem se roba, uglavnom, nabavlja (kupuje) i preprodaje potrošaču ili krajnjem korisniku, uglavnom u malim količinama u državi u kojoj je trgovac na malo i nabavi.<sup>8</sup> Službena statistika Bosne i Hercegovine definira je kao aktivnosti prodaje robe krajnjim potrošačima, odnosno stanovništvu (za osobnu potrošnju ili za upotrebu u kućanstvu).<sup>9</sup>

Važno je istaknuti da razlika između trgovine na veliko i trgovine na malo nije uvijek potpuno jasna. Naime, razvoj trgovinskih poduzeća stvorio je trend integracije veleprodajnih funkcija što je dovelo do toga da se veliki broj aktivnosti karakterističnih za trgovinu na veliko obavlja u poduzećima koja se primarno bave trgovinom na malo. Razvoj i jačanje trgovine na malo doveo je do zamagljivanja granice između ove dvije oblasti distributivne trgovine. Jačanje trgovinskih poduzeća na malo omogućilo je da ona zaobilaze trgovinu na veliko, odnosno da posluju izravno s proizvođačima. Na taj način su u svoje poslovanje uključili i funkcije trgovine na veliko. Istodobno, trgovinska poduzeća na veliko bila su prinuđena da integriraju određene funkcije trgovine na malo kako bi opstala na tržištu. To je u velikoj mjeri smanjilo broj čistih trgovinskih poduzeća na veliko i čistih trgovinskih poduzeća na malo. Danas je na tržištu sve veći broj trgovinskih poduzeća koja posluju na „dvije razine“, odnosno obavljaju aktivnosti i trgovine na veliko i trgovine na malo. Osim toga, pojavljuju se i trgovinska poduzeća koja posluju na „tri razine“, odnosno u svoje poslovanje integriraju i pojedine aktivnosti proizvodnje.

## 2.2. Definiranje dodane vrijednosti

Dodana vrijednost pokazuje koliko je vrijednosti stvorilo određeno poduzeće, gospodarska aktivnost, sektor ili regija svojim poslovnim aktivnostima. Upotrebljava se u izračunavanju bruto domaćeg proizvoda. Utvrđivanje bruto društvenog proizvo-

<sup>6</sup> Dostupno na: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Wholesale\\_trade](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Wholesale_trade) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)

<sup>7</sup> Statistika distributivne trgovine: Indeks prometa distributivne trgovine u BiH, II. kvartal 2014. (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, str. 9.

<sup>8</sup> Dostupno na: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Retail\\_trade](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Retail_trade) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)

<sup>9</sup> Statistika distributivne trgovine: Indeks prometa distributivne trgovine u BiH, II. kvartal 2014. (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, str. 9.

da obavlja se prema jednom od triju teorijskih pristupa, a to su: proizvodni, dohodovni ili rashodni pristup. Kad se primjenjuje proizvodni ili dohodovni pristup, doprinos gospodarstvu pojedine djelatnosti ili sektora mjeri se upotrebom dodane vrijednosti.<sup>10</sup> Dodana vrijednost je izlazna vrijednost robe i usluga, prije naplate bilo kojeg poreza, umanjena za stvarne troškove svih inputa, i isključujući bilo kakve subvencije.<sup>11</sup> Ona predstavlja razliku između prihoda od prodaje i svih troškova osim troškova radne snage, uključuju troškove prodane robe.<sup>12</sup>

Prema metodologiji Eurostata, dodana vrijednost se izračunava kao ukupna suma iznosa koji se zbrajaju ili oduzimaju:<sup>13</sup>

- promet (+),
- kapitalizirana proizvodnja (+),
- ostali operativni prihodi (+),
- povećanje (+) ili smanjenje (-) zaliha,
- nabavke robe i usluga (+),
- ostali porezi na proizvode koji su povezani s prometom ali se ne odbijaju (-),
- carine i porezi povezani s proizvodnjom (-).

Zahvaljujući ovakvoj metodologiji izračunavanja, dodana vrijednost odražava stvarnu dodanu vrijednost sektora. Na nacionalnoj razini, dodana vrijednost svih sektora može se pretvoriti u bruto društveni proizvod dodavanjem poreza i oduzimanjem subvencija. Dodana vrijednost ukupnog gospodarstva obično čini više od 90% društvenog bruto proizvoda.<sup>14</sup>

Službena statistika Bosne i Hercegovine dodanu vrijednost definira kao povećanje vrijednosti proizvodnje jednako razlici između bruto vrijednosti proizvodnje i međufazne potrošnje. Dodana vrijednost za institucionalne jedinice se iskazuje prema baznim (osnovnim) cijenama, tj. cijenama koje ne obuhvaćaju neto neizravne poreze. Pri tome se bruto vrijednost proizvodnje definira kao tržišna vrijednost sve proizvedene robe i usluga koje proizvedu rezidentni proizvođači tijekom obračunskog razdoblja, a međufazna potrošnja je vrijednost proizvoda i usluga po nabavnim cijenama koje se transformiraju, koriste i troše u procesu proizvodnje, a obuhvaća: troškove sirovina i

<sup>10</sup> Dostupno na: <http://lexicon.ft.com/Term?term=gross%20value%20added%20GVA> (pristupljeno: 3. travnja 2015.)

<sup>11</sup> Reynolds, J. i Cuthbertson, R. (2014) Retail & Wholesale: Key Sectors For The European Economy – Understanding the role of retailing and wholesaling within the European union, Oxford: Oxford Institute of Retail Management, Said Bussines School, University of Oxford, str. 29.

<sup>12</sup> Task Force of the Monetary Policy Committee of the European System of Central banks, (2011) Structural Features of Distributive Trades and Their Impact on Prices in the Euro Area, Occasional paper series No. 128, September 2011, European Central Bank, str. 16.

<sup>13</sup> Dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Value\\_added\\_at\\_factor\\_cost](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Value_added_at_factor_cost) (pristupljeno: 27. veljače 2015.)

<sup>14</sup> Dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross\\_value\\_added\\_at\\_market\\_prices](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross_value_added_at_market_prices) (pristupljeno: 3. veljače 2015.)

materijala; troškove energije i rezervnih dijelova; troškove usluga i ostale troškove poslovanja.<sup>15</sup>

Dodana vrijednost izražava se najčešće po tekućim (tržišnim) cijenama i predstavlja uravnotežujuću stavku proizvodnih računa unutar nacionalnih računa, a to su:<sup>16</sup>

- Dodana vrijednost po proizvođačkim cijenama je output (vrijednost proizvodnje) po proizvođačkim cijenama umanjena za međufaznu potrošnju po nabavnim cijenama. Proizvođačka cijena je iznos koji proizvođač potražuje od kupca za jedinicu proizvoda umanjenu za porez na dodanu vrijednost ili sličan porez po odbitku.
- Dodana vrijednost po baznim cijenama je output (vrijednost proizvodnje) po baznim cijenama umanjena za međufaznu potrošnju po nabavnim cijenama. Bazna cijena je iznos koji proizvođač potražuje od kupca za jedinicu proizvoda umanjenu za svaki porez na proizvod, uvećan za bilo kakvu subvenciju na proizvod.

Osnovna prednost dodane vrijednosti je izbjegavanje problema koji su karakteristični za mjerenje prema vrijednosti proizvodnje koja predstavlja bruto koncept. Bruto u smislu da se računa vrijednost proizvodnje svake proizvedene jedinice. Države s fragmentiranim proizvodnim mrežama zbog toga, u situaciji da su sve ostale stavke jednake, imaju veću vrijednost proizvodnje od država s više konsolidiranim mrežama, što komplicira međunarodne komparacije. Zaista, ovo je stalan problem jer proizvodne mreže u jednoj državi mogu postati manje ili više konsolidirane (npr., putem outsourcinga) iz godine u godinu. Osim toga, proizvodne mreže postaju sve više globalizirane posljednjih godina, što dodatno utječe na vremensku i međudržavnu usporedivost. Dodana vrijednosti izbjegava ove probleme mjerenjem vrijednosti koje poduzeće, odnosno sektor dodaje vrijednosti poduzeća, odnosno sektora od kojeg nabavljaju svoje inpute.<sup>17</sup>

Važno je naglasiti da su u kvantitativnoj analizi dodane vrijednosti u ovom istraživanju korišteni podaci samo za nefinancijske gospodarske aktivnosti, odnosno nefinancijsku poslovnu ekonomiju, s obzirom na metodologiju objavljivanja podataka Eurostata. Ove gospodarske aktivnosti uključuju sektore industrije, građevinarstva i distributivne trgovine i usluga, odnosno gospodarske aktivnosti obuhvaćene sektorima od B do J i od L do N u NACE klasifikaciji: B – Vađenje ruda i kamena; C – Prerađivačka industrija; D – Proizvodnja i opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija; E – Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša; F – Građevinarstvo, G – Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala; H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnosti pru-

<sup>15</sup> Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 4.

<sup>16</sup> Dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross\\_value\\_added\\_at\\_market\\_prices](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross_value_added_at_market_prices) (pristupljeno: 3. travnja 2015.)

<sup>17</sup> Dostupno na: <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264067981-en/04/01/index.html?itemId=/content/chapter/9789264075108-16-en> (pristupljeno: 3. travnja 2015.)

žanja smještaja te priprema hrane (hotelijerstvo i ugostiteljstvo); J – Informacije i komunikacije; L – Poslovanje nekretninama; M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti; N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti.<sup>18</sup>

### **3. KVANTITATIVNA ANALIZA DOPRINOSA DISTRIBUTIVNE TRGOVINE U STVARANJU DODANE VRIJEDNOSTI**

Kvantitativnom analizom doprinosa distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti obuhvaćeni su podaci za Brčko distrikt BiH, Bosnu i Hercegovinu, Europsku uniju i njezine države članice. Dobiveni pokazatelji (iznosi ili procenti) propraćeni su odgovarajućim komentarima.

#### **3.1. Dodana vrijednost distributivne trgovine u Brčko distriktu BiH**

Brčko distrikt BiH predstavlja specifičnu političko-administrativnu jedinicu u Bosni i Hercegovini, koja ima svoju zakonodavnu, izvršnu i sudbenu vlast, uspostavljenu na teritoriju predratne Općine Brčko. S obzirom na to da je riječ o relativno maloj političko-administrativnoj jedinici s velikim stupnjem autonomije, pogodna je za istraživanje različitih gospodarskih pokazatelja, pa tako i uloge distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti.

U Tablici 1 prezentirana je dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012.

Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012. kretala se od 128,2 milijuna eura do 143,5 milijuna eura godišnje. To je predstavljalo otprilike 2% dodane vrijednosti stvorene u ovim aktivnostima u Bosni i Hercegovini.

Dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH u promatranim godinama kreće se od 47,9 milijuna eura do 52,8 milijuna eura. U 2008. iznosila je nešto više od 51 milijun eura, da bi se u 2009. kao rezultat utjecaja svjetske ekonomske krize smanjila na 47,9 milijuna eura, odnosno za 7,53%. U iduće tri godine stvorena dodana vrijednost raste, pa u 2010. iznosi 49,7 milijuna eura, u 2011. otprilike 50 milijuna eura, a u 2012. 52,8 milijuna eura i nadmašuje iznos iz 2008. U odnosu na 2008. stvorena dodana vrijednost u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH bila je veća za 2,88%. Kakav udio ima distributivna trgovina ima u ukupnoj dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH vidjeti na Grafikonu 1.

<sup>18</sup> Dostupno na: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-financial\\_business\\_economy](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-financial_business_economy) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)

**Tablica 1:** Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012. (u tisućama eura<sup>19</sup>)<sup>20</sup>

| R. br.     | NACE oznaka sektora | 2008.          |               | 2009.          |               | 2010.          |               | 2011.          |               | 2012.          |               |
|------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
|            |                     | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             |
| 1.         | C                   | 33.250         | 23,37         | 22.113         | 16,95         | 23.336         | 18,20         | 25.715         | 19,15         | 31.186         | 21,74         |
| 2.         | D                   | 8.215          | 5,77          | 8.058          | 6,18          | 6.748          | 5,26          | 8.476          | 6,31          | 8.879          | 6,19          |
| 3.         | E                   | .103           | 0,07          | 38             | 0,03          | 541            | 0,42          | 402            | 0,30          | 694            | 0,48          |
| 4.         | F                   | 12.764         | 8,97          | 10.701         | 8,20          | 9.703          | 7,57          | 8.584          | 6,39          | 8.287          | 5,78          |
| <b>5.</b>  | <b>G</b>            | <b>51.306</b>  | <b>36,05</b>  | <b>47.934</b>  | <b>36,75</b>  | <b>49.743</b>  | <b>38,80</b>  | <b>49.971</b>  | <b>37,20</b>  | <b>52.782</b>  | <b>36,79</b>  |
| 6.         | H                   | 6.908          | 4,85          | 7.370          | 5,65          | 7.518          | 5,86          | 8.042          | 5,99          | 9.171          | 6,39          |
| 7.         | I                   | 9.738          | 6,84          | 12.797         | 9,81          | 9.213          | 7,19          | 10.490         | 7,81          | 9.197          | 6,41          |
| 8.         | J                   | .590           | 0,41          | 729            | 0,56          | 892            | 0,70          | 823            | 0,61          | 1.504          | 1,05          |
| 9.         | L                   | 13.777         | 9,68          | 14.983         | 11,49         | 14.902         | 11,63         | 15.046         | 11,20         | 15.000         | 10,46         |
| 10.        | M                   | 5.424          | 3,81          | 5.522          | 4,23          | 4.276          | 3,34          | 5.244          | 3,90          | 5.061          | 3,53          |
| 11.        | N                   | 224            | 0,16          | 184            | 0,14          | 1.319          | 1,03          | 1.520          | 1,13          | 1.696          | 1,18          |
| <b>12.</b> |                     | <b>142.299</b> | <b>100,00</b> | <b>130.429</b> | <b>100,00</b> | <b>128.190</b> | <b>100,00</b> | <b>134.312</b> | <b>100,00</b> | <b>143.457</b> | <b>100,00</b> |

Izvor: Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 7.

<sup>19</sup> Službena statistika Bosne i Hercegovine sve iznose iskazuje u zvaničnom sredstvu plaćanja u Bosni i Hercegovini, konvertibilnoj marki (KM). Radi mogućnosti komparacije s iznosima na razini Europske unije i njezinih država članica, svi iznosi u konvertibilnim markama su preračunani u eure prema zvaničnom kursu Centralne banke Bosne i Hercegovine 1 eur = 1,95583 KM.

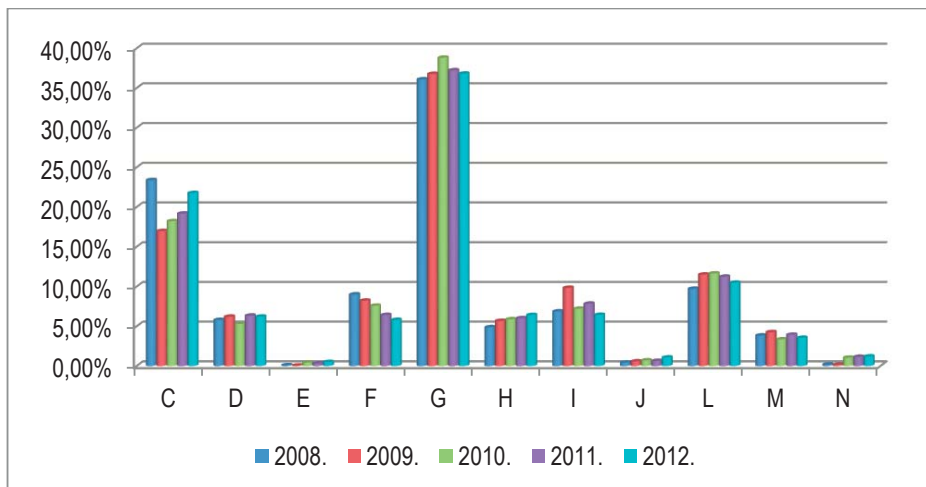
Dostupno na: <http://www.cbbh.ba/?id=4&lang=hr> (pristupljeno: 2. travnja 2015.)

<sup>20</sup> Zbog nedostatka prostora, u Tablici su sektori obilježeni samo NACE oznakama koje imaju sljedeće značenje: B – Vađenje ruda i kamena; C – Prerađivačka industrija; D – Proizvodnja i opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija; E – Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša; F – Građevinarstvo, G – Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala; H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnosti pružanja smještaja te priprema hrane (hotelijerstvo i ugostiteljstvo); J – Informacije i komunikacije; L – Poslovanje nekretninama; M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti; N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti.

Važno je napomenuti da je Podružnica Brčko Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine, u statističkom obuhvatu podataka po gospodarskim aktivnostima (sektorima) u Brčko distriktu BiH, sektor vađenja ruda i kamena, zbog njezinih malih vrijednost, obuhvaćena zajedno s prerađivačkom industrijom.



**Grafikon 1:** Udio distributivne trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012.



Napomena: Rad autora prema podacima iz: Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 7.

U razdoblju od 2008. do 2012. u distributivnoj trgovini stvarano je od 36,05% do 38,80% od ukupne dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH. To ukazuje na činjenicu da distributivna trgovina stvara više od 1/3 dodane vrijednosti u ovim aktivnostima u Brčko distriktu BiH. To je i najveći doprinos jedne gospodarske aktivnosti stvaranju dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima. Osim toga, u 2012. dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini činila je otprilike 1/4 (24,30%) dodane vrijednosti stvorene u svim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH.<sup>21</sup> Dakle, svaki četvrti euro dodane vrijednosti stvoren u gospodarstvu Brčko distrikta BiH stvoren je u distributivnoj trgovini.

S obzirom na ovakav značaj distributivne trgovine za gospodarstvo Brčko distrikta BiH potrebno je pogledati i strukturu njezine dodane vrijednosti, odnosno udio njezinih podsektora u stvaranju dodane vrijednosti (Tablica 2).

<sup>21</sup> Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 7.

**Tablica 2:** Struktura dodane vrijednosti po podsektorima distributivne trgovine u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012. (u tisućama eura<sup>22</sup>)

| R. br. | Podsektor                     | 2008.         |               | 2009.         |               | 2010.         |               | 2011.         |               | 2012.         |               |
|--------|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|        |                               | Iznos         | %             | Iznos         | %             | Iznos         | %             | Iznos         | %             | Iznos         | %             |
| 1.     | Trgovina motornim vozilima    | 6.069         | 11,83         | 5.936         | 12,38         | 3.430         | 6,89          | 3.908         | 7,82          | 4.488         | 8,50          |
| 2.     | Trgovina na veliko            | 13.844        | 26,98         | 14.184        | 29,59         | 17.599        | 35,38         | 13.669        | 27,35         | 16.636        | 31,52         |
| 3.     | Trgovina na malo              | 31.392        | 61,19         | 27.815        | 58,03         | 28.714        | 57,73         | 32.393        | 64,82         | 31.657        | 59,98         |
| 4.     | <b>Distributivna trgovina</b> | <b>51.306</b> | <b>100,00</b> | <b>47.934</b> | <b>100,00</b> | <b>49.743</b> | <b>100,00</b> | <b>49.971</b> | <b>100,00</b> | <b>52.782</b> | <b>100,00</b> |

Izvor: Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 8.

Trendovi promjena iznosa stvorene dodane vrijednosti u podsektorima distributivne trgovine u Brčko distriktu BiH nisu sukladni trendu promjena iznosa stvorene dodane vrijednost u cijelom sektoru. Naime, u podsektoru trgovine motornim vozilima iznos dodane vrijednosti ima trend pada u razdoblju od 2008. do 2010., i sa 6,1 milijun eura koliko je iznosio u 2008., smanjuje se na 3,4 milijuna eura u 2010. Dakle, za dvije godine dodana vrijednost u ovom podsektoru smanjena je za 43,49%. U idućim godinama, 2011. i 2012., stvorena dodana vrijednost u trgovini motornim vozilima bilježi rast za oko 0,5 milijuna eura godišnje. U 2012. iznosi 4,5 milijuna eura, što je za otprilike 1,6 milijuna ili oko 26,11% manje nego u 2008.

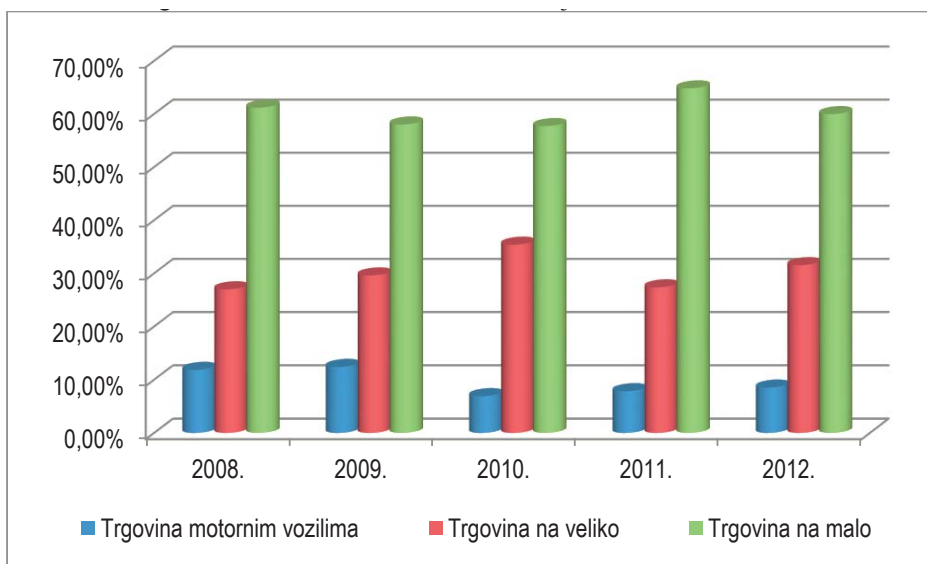
U promatranim godinama dodana vrijednost stvorena u trgovini na veliko ima trend rasta, osim u 2011. kad je zabilježen značajan pad. U 2008. dodana vrijednost stvorena u ovom sektoru iznosila je otprilike 13,8 milijuna eura, da bi u 2010. porasla na otprilike 17,6 milijuna eura. Dakle, ostvaren je rast od 27,12% za dvije godine. U 2011. bilježi se značajan pad dodane vrijednosti stvorene u trgovini na veliko, za otprilike 3,9 milijuna eura, a njezin iznos pada ispod vrijednosti ostvarene u 2008. U 2012. ponovno se bilježi rast od oko 3,1 milijun eura, tj. stvorena dodana vrijednost je iznosila 16,6 milijuna eura.

Dodana vrijednost stvorena u trgovini na malo u promatranim godinama ima značajne varijacije. U 2008. iznosila je oko 31,4 milijuna eura, da bi u 2009. bila manja za 3,6 milijuna eura i iznosila oko 27,8 milijuna eura. U iduće dvije godine, stvarana je veća dodana vrijednost, tako da je u 2011. dostigla iznos od 32,4 milijuna eura. U 2012. ponovno je zabilježen pad, pa je dodana vrijednost stvorena u trgovini na malo iznosila oko 31,7 milijuna eura i bila na razini vrijednosti iz 2008. (razlika oko 0,3 milijuna

<sup>22</sup> Iznosi preračunati u eure (kao i kod Tablice 1 – bilješka 18).

aura). Važno je istaknuti da se u trgovini na malo stvara više dodane vrijednosti nego u ostalim nefinancijskim gospodarskim aktivnostima (naravno, izuzimajući distributivnu trgovinu) u Brčko distriktu BiH. U 2012. otprilike 14,5% dodane vrijednosti stvorene u gospodarstvu Brčko distrikta BiH stvoreno je u podsektoru trgovine na malo, što ukazuje na njezin veliki značaj za ovu zajednicu. (Grafikon 2)

**Grafikon 2:** Udio podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2012.



Napomena: Rad autora prema podacima iz: Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko, str. 8.

Najveći dio dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH u promatranom razdoblju stvaran je u podsektoru trgovine na malo od 57,73% do 64,82%. U podsektoru trgovine na veliko stvarano je od 26,98% do 35,38% dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine, a u podsektoru trgovine motornim vozilima od 6,89% do 12,38%. Kad se izračuna prosjek za petogodišnje razdoblje (2008.-2012.) dobiju se sljedeći udjeli: trgovina motornim vozilima 9,47%, trgovina na veliko 30,16% i trgovina na malo 60,37% stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH.

### 3.2. Dodana vrijednost distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini

Brčko distrikt BiH predstavlja integralni dio Bosne i Hercegovine, stoga je potrebno njegove pokazatelje doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti usporediti s istim pokazateljima na razini Bosne i Hercegovine. Međutim, prvo je potrebno utvrditi te pokazatelje na razini Bosne i Hercegovine (Tablica 3 i Tablica 4).

**Tablica 3:** Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Bosni i Hercegovini u razdoblju od 2008. do 2012. (u milijunima eura)<sup>23)24)</sup>

| R. br.     | NACE oznaka sektora | 2008.          |               | 2009.          |               | 2010.          |               | 2011.          |               | 2012.          |               |
|------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
|            |                     | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             | Iznos          | %             |
| 1.         | B                   | 256,2          | 3,71          | 250,5          | 3,73          | 246,0          | 3,59          | 291,0          | 4,12          | 300,3          | 4,24          |
| 2.         | C                   | 1.414,0        | 20,47         | 1.306,4        | 19,44         | 1.384,1        | 20,17         | 1.436,9        | 20,32         | 1.387,1        | 19,61         |
| 3.         | D                   | 497,0          | 7,20          | 517,1          | 7,69          | 540,6          | 7,88          | 522,5          | 7,39          | 495,0          | 7,00          |
| 4.         | E                   | 125,6          | 1,82          | 127,8          | 1,90          | 138,6          | 2,02          | 144,1          | 2,04          | 151,7          | 2,14          |
| 5.         | F                   | 697,3          | 10,10         | 661,5          | 9,84          | 562,4          | 8,20          | 542,7          | 7,68          | 522,5          | 7,39          |
| <b>6.</b>  | <b>G</b>            | <b>1.676,5</b> | <b>24,27</b>  | <b>1.588,0</b> | <b>23,63</b>  | <b>1.651,8</b> | <b>24,08</b>  | <b>1.715,7</b> | <b>24,27</b>  | <b>1.753,6</b> | <b>24,79</b>  |
| 7.         | H                   | 392,6          | 5,68          | 379,8          | 5,65          | 398,8          | 5,81          | 416,8          | 5,90          | 428,7          | 6,06          |
| 8.         | I                   | 253,5          | 3,67          | 248,7          | 3,70          | 265,9          | 3,88          | 265,8          | 3,76          | 270,1          | 3,82          |
| 9.         | J                   | 577,6          | 8,36          | 588,0          | 8,75          | 594,3          | 8,66          | 622,1          | 8,80          | 628,1          | 8,88          |
| 10.        | L                   | 611,8          | 8,86          | 642,7          | 9,56          | 651,1          | 9,49          | 655,0          | 9,26          | 672,1          | 9,50          |
| 11.        | M                   | 319,8          | 4,63          | 329,5          | 4,90          | 343,1          | 5,00          | 372,7          | 5,27          | 375,5          | 5,31          |
| 12.        | N                   | 85,4           | 1,24          | 80,9           | 1,20          | 83,9           | 1,22          | 84,9           | 1,20          | 88,8           | 1,26          |
| <b>13.</b> |                     | <b>6.907,3</b> | <b>100,00</b> | <b>6.720,9</b> | <b>100,00</b> | <b>6.860,8</b> | <b>100,00</b> | <b>7.070,2</b> | <b>100,00</b> | <b>7.073,5</b> | <b>100,00</b> |

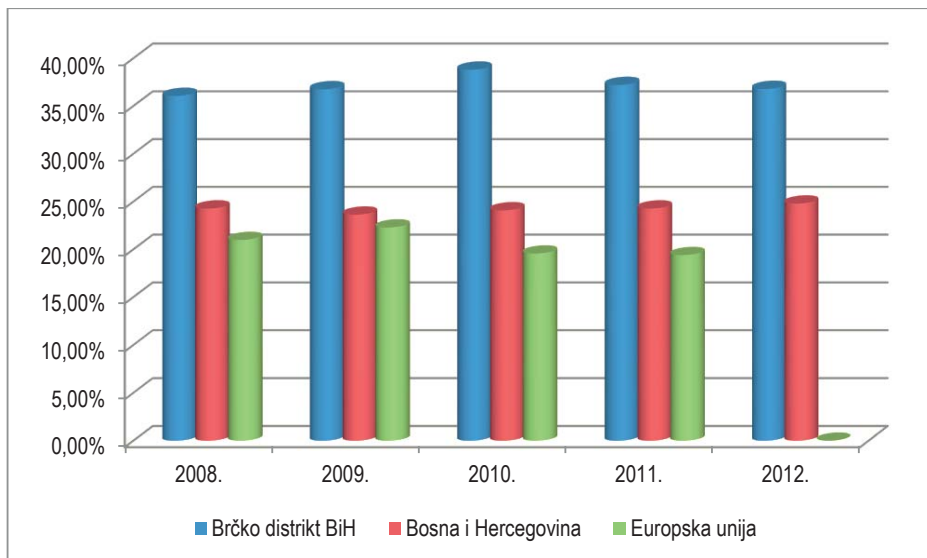
Izvor: Nacionalni računi: Bruto domaći proizvod, prema proizvodnom, dohodovnom i rashodovnom pristupu (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 20-21.

Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Bosni i Hercegovini u razdoblju od 2008. do 2012. kretala se od 6,7 milijardi eura do 7,1 milijarde eura godišnje. U istom razdoblju dodana vrijednost u distributivnoj trgovini u Bosni i Hercegovini kretala se u iznosu od 1,68 milijardi eura do 1,75 milijardi eura. U 2008. iznosila je oko 1,68 milijardi eura, da bi pod utjecajem svjetske ekonomske krize u 2009. bila smanjena za otprilike 89 milijuna eura ili 5,28%. U idućim godinama dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini bilježi rast, pa u 2012. dostiže iznos od 1,75 milijardi eura. Interesantno je pogledati koji udio distributivna trgovina ima u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Bosni i Hercegovini (Grafikon 3).

<sup>23</sup> Iznosi preračunani u eure (kao i kod Tablice 1 – bilješka 18).

<sup>24</sup> Sektori obilježeni samo NACE oznakama (kao i kod Tablice 2 – bilješka 19).

**Grafikon 3:** Udio distributivne trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Bosni i Hercegovini u razdoblju od 2008. do 2012.



Napomena: Rad autora prema podacima iz: Nacionalni računi: Bruto domaći proizvod, prema proizvodnom, dohodovnom i rashodovnom pristupu (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 20-21.

U distributivnoj trgovini u promatranim godinama stvarano je od 23,63% do 24,79% ukupne dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Bosni i Hercegovini. Prema tome, distributivna trgovina u Bosni i Hercegovini stvara oko 1/4 dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima. To je i najveći doprinos jedne gospodarske aktivnosti stvaranju dodane vrijednosti. Osim toga, u 2012. dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini činila je 15,82% dodane vrijednosti stvorene u cjelokupnom gospodarstvu Bosne i Hercegovine.<sup>25</sup>

Imajući na umu značaj distributivne trgovine za gospodarstvo Bosne i Hercegovine, važno je sagledati i strukturu dodane vrijednosti distributivne trgovine, odnosno udio njezinih podsektora u stvaranju dodane vrijednosti (Tablica 4).

<sup>25</sup> Nacionalni računi: Bruto domaći proizvod, prema proizvodnom, dohodovnom i rashodovnom pristupu (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 21.

**Tablica 4:** Struktura dodane vrijednosti po podsektorima distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini u razdoblju od 2008. do 2011. (u tisućama eura)<sup>26)27</sup>

| R. br. | Podsektor                     | 2008.            |               | 2009.            |               | 2010.            |               | 2011.            |               |
|--------|-------------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
|        |                               | Iznos            | %             | Iznos            | %             | Iznos            | %             | Iznos            | %             |
| 1.     | Trgovina motornim vozilima    | 214.219          | 12,78         | 199.245          | 12,55         | 209.880          | 12,71         | 233.229          | 13,59         |
| 2.     | Trgovina na veliko            | 868.916          | 51,83         | 824.417          | 51,91         | 824.703          | 49,95         | 811.144          | 47,28         |
| 3.     | Trgovina na malo              | 593.393          | 35,39         | 564.378          | 35,54         | 616.525          | 37,34         | 671.357          | 39,13         |
| 4.     | <b>Distributivna trgovina</b> | <b>1.676.528</b> | <b>100,00</b> | <b>1.588.040</b> | <b>100,00</b> | <b>1.651.109</b> | <b>100,00</b> | <b>1.715.730</b> | <b>100,00</b> |

Izvor: Nacionalni računi: (2012), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 35.

Trend promjena iznosa stvorene dodane vrijednosti u podsektoru trgovine motornim vozilima u Bosni i Hercegovini sukladan je trendu promjena u kompletnom sektoru distributivne trgovine (pad u 2009., a povećanje u idućim godinama). Razvoj svjetske ekonomske krize u 2009. doveo je do smanjenja trgovine motornim vozilima, tako da je u Bosni i Hercegovini stvorena dodana vrijednost u trgovini motornim vozilima bila manja za otprilike 15 milijuna eura ili 6,99%. U iduće dvije godine bilježi se rast, pa je u 2010. stvorena dodana vrijednost u iznosu od 210 milijuna eura, a u 2011. 233 milijuna eura, odnosno za dvije godine ostvaren je rast od 17,06%.

Promjene u iznosu stvorene dodane vrijednosti u trgovini na veliko u Bosni i Hercegovini razlikuju se od promjena iznosa stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini. Naime, u 2009. ostvarena vrijednost u trgovini na veliko bila je manja za otprilike 45 milijuna eura ili 5,12%, nego u prethodnoj godini. U 2010. stvorena dodana vrijednost bila je na razini iz 2009. (veća za otprilike 0,3 milijuna eura), dok je u 2011. zabilježen pad za otprilike 13,5 milijuna eura. Iznos stvorene dodane vrijednosti u 2011. bio je za 7,65% ili 58 milijuna eura manji, nego u 2008. (Grafikon 4)

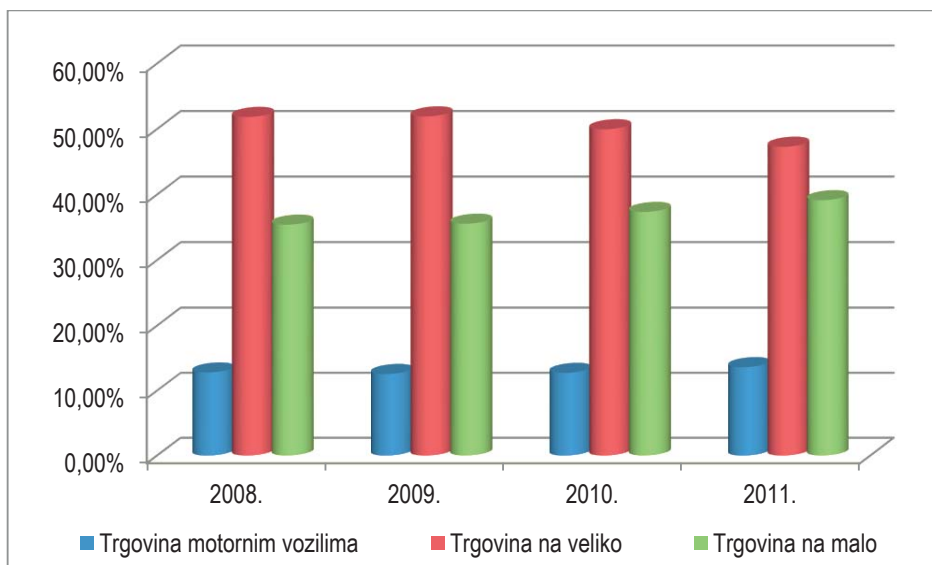
Promjene u iznosu stvorene dodane vrijednosti u trgovini na malo sukladne su promjenama u iznosu stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini. Dakle, u 2009. iznos se smanjuje, a u idućim godinama raste. Naime, u 2008. stvorena dodana vrijednost u trgovini na malo u Bosni i Hercegovini iznosila je 593 milijuna eura, da bi u 2009. pala na iznos od 564 milijuna eura (smanjenje za 29 milijuna eura ili 4,89%). U iduće dvije godine, dodana vrijednost raste za nešto više od 50 milijuna eura godišnje, pa u 2011. iznosi 671 milijun eura. Dakle, za dvije godine zabilježeno je povećanje od otprilike 18,96%.

Važno je istaknuti da je u 2011. stvorena dodana vrijednost u trgovini na veliko i trgovini na malo bila viša nego u ostalim nefinancijskim gospodarskim aktivnostima, osim prerađivačke industrije. Također, u 2011. u trgovini na veliko stvoreno je 7,27%, a u trgovini na malo 6,02% dodane vrijednosti stvorene u cjelokupnom gospodarstvu Bosne i Hercegovine.

<sup>26</sup> Iznosi preračunani u eure (kao i kod Tablice 1 – bilješka 18).

<sup>27</sup> Podaci o dodanoj vrijednosti stvorenoj u podsektorima distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini za 2012. nisu bili dostupni u tijeku izrade ovog istraživanja.

**Grafikon 4:** Udio podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u Bosni i Hercegovini u razdoblju od 2008. do 2011.



Napomena: Rad autora prema podacima iz: Nacionalni računi: (2012), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 35.

Najveći dio dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Bosni i Hercegovini u promatranim godinama stvoren je u podsektoru trgovine na veliko, od 51,91% do 47,28%. U podsektoru trgovine na malo stvoreno je od 35,39% do 39,13%, a u podsektoru trgovine motornim vozilima od 12,71% do 13,59% dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini. Kad se izračuna prosjek za ovo četverogodišnje razdoblje, dobivaju se sljedeći udjeli: trgovina motornim vozilima 12,92%, trgovina na veliko 50,20% i trgovina na malo 36,88% stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Bosni i Hercegovini.

### 3.3. Dodana vrijednost distributivne trgovine u Europskoj uniji

Imajući na umu težnje Bosne i Hercegovine k uključivanju u europske integracije, zanimljivo je usporediti njezine pokazatelje o stvorenoj dodanoj vrijednosti u sektoru distributivne trgovine, kao i pokazatelje Brčko distrikta BiH, s istim pokazateljima na razini Europske unije i njezinih država članica. Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011. kretala se u iznosu od 4.983 milijardi eura do 6.155 milijardi eura (Tablica 5).

**Tablica 5:** Dodana vrijednost stvorena u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011. (u milijunima eura)<sup>28</sup>

| R. br.     | NACE oznaka sektora | 2008.              |               | 2009.              |               | 2010.              |               | 2011.              |               |
|------------|---------------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
|            |                     | Iznos              | %             | Iznos              | %             | Iznos              | %             | Iznos              | %             |
| 1.         | B                   | 101.266,2          | 1,85          | 71.480,8           | 1,44          | 84.170,5           | 1,44          | 90.397,2           | 1,47          |
| 2.         | C                   | 1.669.433,9        | 30,42         | 1.395.760,5        | 28,04         | 1.585.787,4        | 27,06         | 1646.713,3         | 26,76         |
| 3.         | D                   | 146.299,5          | 2,67          | 156.801,4          | 3,15          | 164.410,3          | 2,81          | 214.282,9          | 3,48          |
| 4.         | E                   | 64.064,8           | 1,17          | 59.934,7           | 1,20          | 67.310,0           | 1,15          | 91.573,6           | 1,49          |
| 5.         | F                   | -                  | -             | -                  | -             | 492.441,1          | 8,40          | 499.621,0          | 8,12          |
| <b>6.</b>  | <b>G</b>            | <b>1.151.262,2</b> | <b>20,98</b>  | <b>1.109.542,4</b> | <b>22,29</b>  | <b>1.146.310,7</b> | <b>19,56</b>  | <b>1.194.213,3</b> | <b>19,40</b>  |
| 7.         | H                   | 477.837,4          | 8,71          | 437.263,8          | 8,78          | 471.576,6          | 8,05          | 480.818,5          | 7,81          |
| 8.         | I                   | 195.092,9          | 3,55          | 187.448,9          | 3,77          | 195.991,6          | 3,34          | 208.069,3          | 3,38          |
| 9.         | J                   | 503.949,6          | 9,18          | 476.360,9          | 9,57          | 487.391,6          | 8,32          | 506.865,0          | 8,24          |
| 10.        | L                   | 219.657,4          | 4,00          | 215.270,6          | 4,32          | 225.045,9          | 3,84          | 235.528,8          | 3,83          |
| 11.        | M                   | 573.644,1          | 10,45         | 519.226,7          | 10,43         | 559.846,3          | 9,55          | 581.025,7          | 9,44          |
| 12.        | N                   | 386.117,4          | 7,03          | 349.257,4          | 7,02          | 379.798,0          | 6,48          | 405.423,6          | 6,59          |
| <b>13.</b> |                     | <b>5.488.625,4</b> | <b>100,00</b> | <b>4.978.348,1</b> | <b>100,00</b> | <b>5.860.080,0</b> | <b>100,00</b> | <b>6.154.532,2</b> | <b>100,00</b> |

Izvor: Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

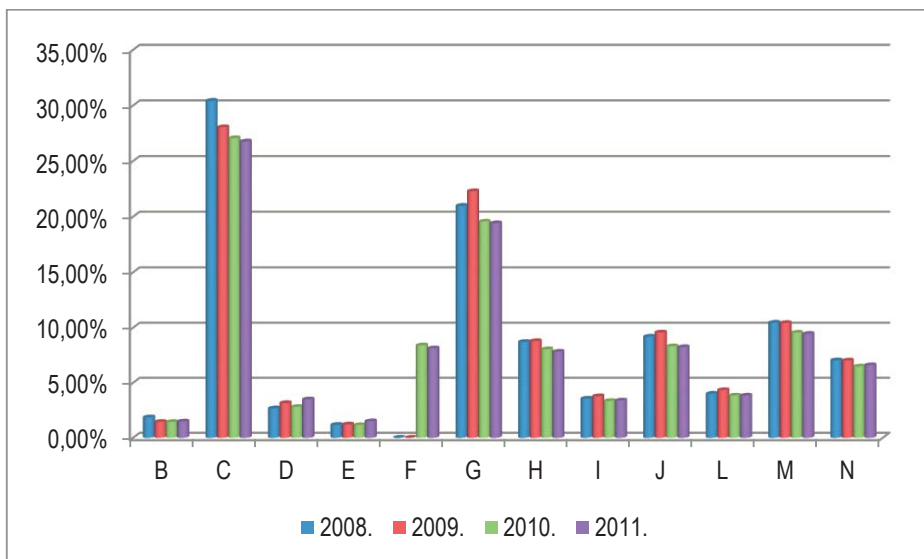
Dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini u Europskoj uniji u 2008. iznosila je 1.151 milijardi eura. Pod utjecajem svjetske ekonomske krize, u idućoj godini ova vrijednost je smanjena za 42 milijarde eura i iznosila je 1.100 milijardi eura. U iduće dvije godine bilježi se rast dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini, pa u 2010. iznosi 1.146 milijardi eura, a u 2011. 1.194 milijardi eura. U odnosu na 2008. dodana vrijednost stvorena u distributivnoj trgovini u Europskoj uniji bila je veća za oko 43 milijarde eura ili 3,73%. Zanimljivo je pogledati koji udio distributivna trgovina ima u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji (Grafikon 5).

U promatranim godinama u distributivnoj trgovini stvarano je od 19,40% do 20,98% ukupne dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji. Imajući na umu da nisu dostupni podaci za sektor građevinarstva za 2008. i 2009., može se konstatirati da distributivna trgovina stvara otprilike 19,5% ili 1/5 dodane vrijednosti nefinancijskih gospodarskih aktivnosti u Europskoj uniji. To je dovodi na drugo mjesto po značaju nakon sektora prerađivačke industrije u kojem se stvara otprilike 27% dodane vrijednosti. Kombinirano u ova dva sektora (distributivnoj trgovini i prerađivačkoj industriji) stvara se blizu 1/2 (otprilike 46,5%) dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji.

<sup>28</sup> Sektori obilježeni samo NACE oznakama (kao i kod tablica 1 i 3 – fusnote 19 i 14). Pored toga, u trenutku istraživanja nisu bili dostupni podatci o dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji u 2012. godini.



**Grafikon 5:** Udio distributivne trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011.



Napomena: Rad autora prema podacima dostupnim na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

Imajući na umu različitosti između podsektora distributivne trgovine važno je sagledati i strukturu dodane vrijednosti distributivne trgovine, odnosno doprinos pojedinih sektora stvaranju dodane vrijednosti (Tablica 6).

**Tablica 6:** Struktura dodane vrijednosti po podsektorima distributivne trgovine u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2012. (u milijunima eura)

| R. br. | Podsektor                     | 2008.              |               | 2009.              |               | 2010.              |               | 2011.              |               |
|--------|-------------------------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
|        |                               | Iznos              | %             | Iznos              | %             | Iznos              | %             | Iznos              | %             |
| 1.     | Trgovina motornim vozilima    | 139.085,6          | 12,08         | 127.626,9          | 11,50         | 135.505,5          | 11,82         | 147.567,5          | 12,36         |
| 2.     | Trgovina na veliko            | 571.713,9          | 49,66         | 549.544,3          | 49,53         | 559.013,2          | 48,77         | 592.593,6          | 49,64         |
| 3.     | Trgovina na malo              | 440.462,5          | 38,26         | 432.371,3          | 38,97         | 451.792,2          | 39,41         | 453.692,9          | 38,00         |
| 4.     | <b>Distributivna trgovina</b> | <b>1.151.262,0</b> | <b>100,00</b> | <b>1.109.542,5</b> | <b>100,00</b> | <b>1.146.310,9</b> | <b>100,00</b> | <b>1.193.854,0</b> | <b>100,00</b> |

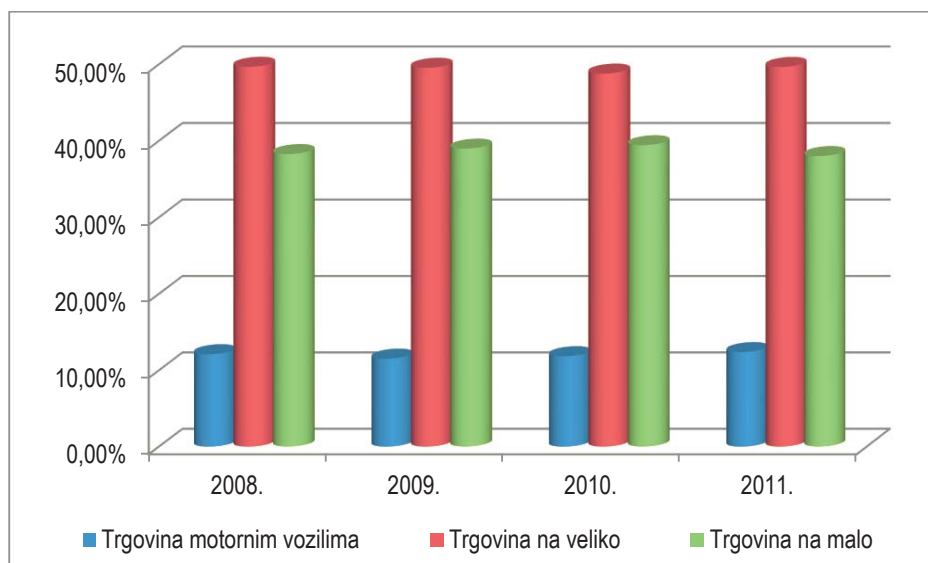
Izvor: Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

Iznos dodane vrijednosti stvoren u podsektorima distributivne trgovine prati promjene u iznosu dodane vrijednosti stvorene u čitavom sektoru, tj. u 2009. se sma-

njuje, a u 2010. i 2011. raste. U svim podsektorima iznos stvorene dodane vrijednosti u 2011. viši je od iznosa iz 2008.

Najveći dio dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011. stvaran je u sektoru trgovine na veliko, od 48,77% do 49,66%. U podsektoru trgovine na malo stvarano je od 38,00% do 39,41%, a u podsektoru trgovine motornim vozilima od 11,50% do 12,36% dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini. Kad se izračuna prosjek za ovo četverogodišnje razdoblje, dobivaju se sljedeći udjeli: trgovina motornim vozilima 11,95%, trgovina na veliko 49,40% i trgovina na malo 38,65% stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini u Europskoj uniji. (Grafikon 6)

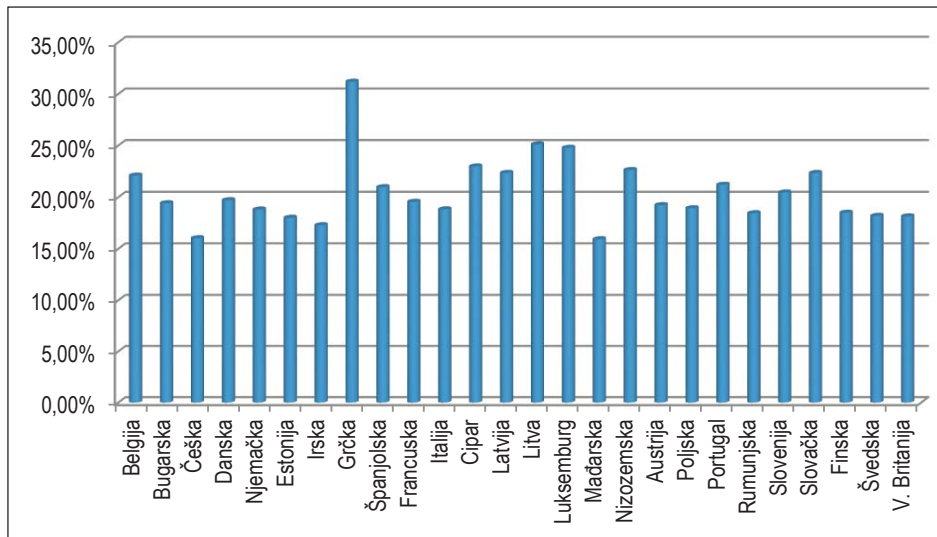
**Grafikon 6:** Udio podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011.



Napomena: Rad autora prema podacima dostupnim na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

Osim razmatranja pokazatelja stvorene dodane vrijednosti u distributivnoj trgovini za Europsku uniju kao cjelinu, važno je analizirati i udio distributivne trgovine u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u pojedinih državama članicama Europske unije (Grafikon 7).

**Grafikon 7:** Udio distributivne trgovine u ukupnoj dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u državama članicama Europske unije u 2011<sup>29</sup>



Napomena: Rad autora prema podacima dostupnim na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

Udio distributivne trgovine u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u državama članicama Europske unije u 2011. bio je od 15% do 31%. Najveći je bio u Grčkoj 31,17%, Litvi 25,12% i Luksemburgu 24,78%. Uočljivo je da se radi o manjim državama sa specifičnim gospodarstvom. Grčko gospodarstvo je u velikoj mjeri oslonjeno na turizam, a i posljednjih nekoliko godina je u velikim problemima. Litva je postsocijalističko gospodarstvo (bivša republika Sovjetskog Saveza) koju karakterizira deindustrijalizacija. Luksemburg je mala država koja je poznata kao financijski centar, tj. sjedište velikog broja različitih internacionalnih kompanija.

Najmanji udio distributivne trgovine u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u 2011. bio je Mađarskoj 15,93%, Češkoj 16,02% i Irskoj 17,28%. Međutim, njihov udio nije značajno manji u odnosu na većinu ostalih država (otprilike 18%). Zanimljivo je da se radi o državama koje su u istoj godini imale i najveći udio prerađivačke industrije u dodanoj vrijednosti stvorenoj u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima na razini Europske unije (od 36% do 39%).

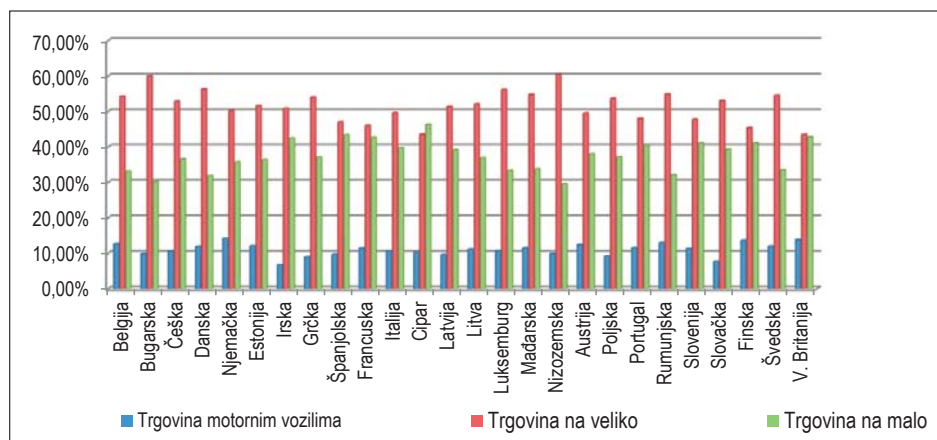
Kad je riječ o tri najveća europska gospodarstva udio distributivne trgovine u stvorenoj dodanoj vrijednosti u nefinancijskim aktivnostima u 2011. u Francuskoj je

<sup>29</sup> Od 27 država članica Europske unije u 2011. istraživanjem nije obuhvaćena samo Malta, jer nisu bili dostupni svi potrebni podaci.

bio na razini europskog prosjeka 19,55%, a u Njemačkoj i Velikoj Britaniji nešto manji, tj. 18,80% i 18,14%.

Značajna informacija u razmatranju doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti u državama članicama Europske unije je i njezina struktura, odnosno dodana vrijednost stvorena u njezinim podsektorima (Grafikon 8).

**Grafikon 8:** Udio podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u državama članicama Europske unije u razdoblju od 2008. do 2011.<sup>30</sup>



Napomena: Rad autora prema podacima dostupnim na: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)

U razdoblju od 2008. do 2011. od država članica Europske unije podsektor trgovine motornim vozilima najveći doprinos stvaranju dodane vrijednosti imao je u Njemačkoj, Velikoj Britaniji i Finskoj, a najmanji u Irskoj, Slovačkoj i Grčkoj. Naime, u Njemačkoj je od ukupne dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine u promatranom razdoblju 14,14% stvoreno u ovom podsektoru, u Velikoj Britaniji 13,77%, a u Finskoj 13,53%. Njemačka i Velika Britanija su gospodarstva sa veoma razvijenom automobilskom industrijom, dok Finska ima visok životni standard stanovništva. U Irskoj je od dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine u promatranom razdoblju 6,74% stvoreno u podsektoru trgovine motornim vozilima, u Slovačkoj je taj udio 7,66% i Grčkoj 8,95%. Uočljivo je da se radi o državama s nižim životnim standardom stanovništva i državama teško pogođenim svjetskom ekonomskom krizom (Grčka).

Podsektor trgovina na veliko u razdoblju od 2008. do 2011. najveći doprinos stvaranju dodane vrijednosti imao je u Nizozemskoj, Bugarskoj i Danskoj, a najmanji u

<sup>30</sup> Isto kao u fusnoti 28.

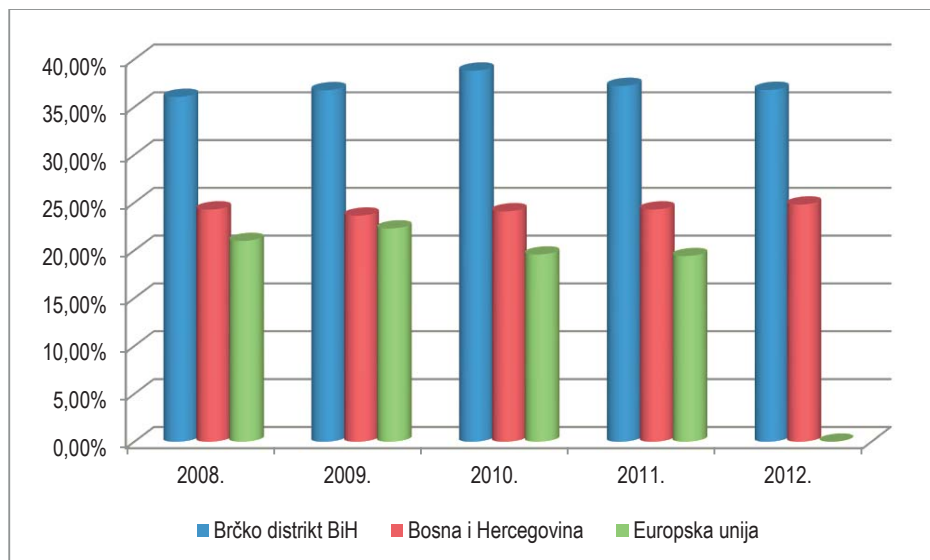
Velikoj Britaniji, Cipru i Finskoj. U Nizozemskoj je u promatranom razdoblju od ukupne dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine u ovom podsektoru stvoreno 60,43%, u Bugarskoj 59,99%, a u Danskoj 56,24%. Ovakav značaj u Nizozemskoj je posljedica razvijene trgovine na veliko, odnosno osnovu njezina gospodarskog razvoja predstavlja razvijena aktivnost transporta, prije svega pomorskog transporta. U Bugarskoj je to posljedica nerazvijenosti trgovine na malo, odnosno pregovaračka snaga se nalazi u rukama trgovaca na veliko, a za dansko gospodarstvo je karakteristična orijentiranost na vanjsku trgovinu i izvoz, u čemu trgovina na veliko ima značajnu ulogu. U Velikoj Britaniji je od dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine u promatranom razdoblju 43,42% stvoreno u podsektoru trgovine na veliko, na Cipru je taj udio bio 43,50%, a u Finskoj 45,40%. Razlog ovako malog udjela trgovine na veliko u Velikoj Britaniji je prije svega razvijenost druga dva podsektora (trgovina motornim vozilima i trgovina na malo), kao i u Finskoj, dok je na Cipru posljedica činjenice da je njegovo gospodarstvo u velikoj mjeri oslonjeno na aktivnost turizma, što omogućuje razvoj trgovine na malo.

U promatranom razdoblju od država članica Europske unije podsektor trgovina na malo najveći doprinos stvaranju dodane vrijednosti imala je na Cipru, u Španjolskoj i u Velikoj Britaniji, a najmanji u Nizozemskoj, Bugarskoj i Danskoj. Uočljivo je da je ovaj doprinos suprotan doprinosu trgovine na veliko, odnosno države s najvećim doprinosom trgovine na veliko ujedno su i države s najmanjim doprinosom trgovine na malo, i obratno države s najmanjim doprinosom trgovine na veliko ujedno su i države s najvećim doprinosom trgovine na malo. Izuzetak je jedino Španjolska. Naime, na Cipru je od dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine u promatranom razdoblju 46,26% stvoreno u trgovini na malo, u Španjolskoj 43,34%, a u Velikoj Britaniji 42,82%. Na Cipru i u Španjolskoj ovakav doprinos trgovine na malo može se povezati s velikim značajem aktivnosti turizma za gospodarstvo, a u Velikoj Britaniji jakim maloprodajnim lancima s velikom pregovaračkom snagom i visokim životnim standardom stanovništva. U Nizozemskoj je od dodane vrijednosti stvorene u sektoru distributivne trgovine 29,64% stvoreno u podsektoru trgovine na malo, u Bugarskoj je taj udio 30,14%, a u Danskoj 31,86%. Razlozi malog doprinosa trgovine na malo stvaranju dodane vrijednosti u ovim državama su identični razlozima već objašnjenog velikog doprinosa trgovine na veliko.

#### 4. KOMPARATIVNA ANALIZA

Pokazatelji u odjelima distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH, Bosni i Hercegovini i Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2012. sistematizirani su i prikazani u Grafikonu 9.

**Grafikon 9:** Usporedni pregled udjela distributivne trgovine u stvorenoj dodanoj vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u razdoblju od 2008. do 2012.



Napomena: Rad autora prema podacima s grafikona 2, 4 i 6.

U Grafikonu 9 može se uočiti da distributivna trgovina ima izuzetno važnu ulogu u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH. Naime, u analiziranim godinama u njoj je stvarano od 36,05% do 38,80% dodane vrijednosti u nefinancijskim ekonomskim aktivnostima. Prema tome, više od 1/3 dodane vrijednosti u ovim aktivnostima stvoreno je u distributivnoj trgovini, što je značajno više nego na razini Bosne i Hercegovine, kao i u Europskoj uniji. U Bosni i Hercegovini u ovom razdoblju je stvarano od 23,63% do 24,49% dodane vrijednosti u nefinancijskim ekonomskim aktivnostima, tj. gotovo 1/4, a u Europskoj uniji od 19,40% do 22,29%, tj. otprilike 1/5.

Osim toga, nijedna država članica Europske unije nema ovako visok udio distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti. U Grčkoj je u 2011. bio 31,17%, što je za otprilike 6% manje nego u Brčko distriktu BiH u istoj godini. Pri tome je potrebno imati na umu da je grčko gospodarstvo u velikoj mjeri oslonjeno na turizam, ali i da se posljednjih godina bori s velikom ekonomskom krizom. Sljedeća država s visokim udjelom je Litva s 25,12%, što je na razini Bosne i Hercegovine, dok ostale države članice Europske unije imaju značajno manji udio trgovine.

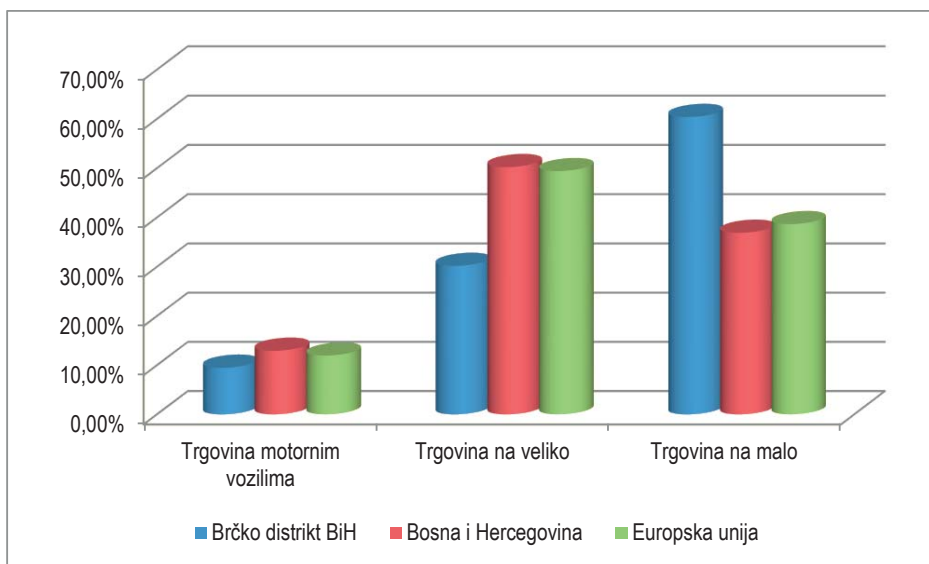
Razlog ovako visokog udjela distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH je propast prerađivačke industrije što je posljedica ratnih zbivanja (u kojima je osim zastoja u poslovanju i uništen veliki broj industrijskih postrojenja) kao i problematičnog procesa privatizacije društvenog kapitala. O tome govori i udio prerađivačke industrije i iskapanja ruda i kamena u stvaranju dodane

vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima koji je u 2011. u Brčko distriktu BiH bio 19,15%, dok je na razini Bosne i Hercegovine iznosio 24,44%, a u Europskoj uniji 28,23%.

O doprinosu distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH važno je navesti da dodana vrijednost stvorena u ovom sektoru u Brčko distriktu BiH u promatranim poslovnim godinama sudjeluje s otprilike 3% u dodanoj vrijednosti stvorenoj u ovom sektoru u Bosni i Hercegovini. Istodobno, udio dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima u Brčko distriktu BiH u dodanoj vrijednosti u istim aktivnostima na razini Bosne i Hercegovine je otprilike 2%. Također, otprilike 2% se kreće i udio dodane vrijednosti gospodarstva Brčko distrikta BiH u dodanoj vrijednosti gospodarstva Bosne i Hercegovine.

Pokazatelji o udjelu podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u Brčko distriktu BiH, Bosni i Hercegovini i Europskoj uniji u razdoblju od 2008. do 2011. prikazani su na Grafikonu 10.

**Grafikon 10:** Usporedni pregled udjela podsektora u dodanoj vrijednosti stvorenoj u sektoru distributivne trgovine u razdoblju od 2008. do 2011.



Napomena: Rad autora prema podacima s grafikona 3, 5 i 7.

Udio trgovine motornim vozilima u dodanoj vrijednosti stvorenoj u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2011. prosječno je iznosio 9,47%. To je znatno manja vrijednost od istog udjela na razini Bosne i Hercegovine 12,92% i Europske unije 11,95%. Razlog za to treba tražiti u činjenici da se radi o aktivnosti trgovine koja se odnosi na kupovine proizvoda velike vrijednosti, kao i činjenice

da na tržištu Brčko distrikta BiH nema ponude proizvoda iz ovog segmenta (kao što su određeni tipovi automobila). Stoga, kupci iz Brčko distrikta BiH ove kupovine mogu ostvariti u drugim dijelovima Bosne i Hercegovine, što umanjuje dodanu vrijednost stvorenu u ovom podsektoru.

Udio trgovine na veliko u dodanoj vrijednosti stvorenoj u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2011. prosječno je iznosio 30,16%. To je znatno manje od vrijednosti istog udjela na razini Bosne i Hercegovine 50,20% i Europske unije 49,40%. Ovako nizak udio trgovine na veliko nema ni jedna država članica Europske unije, najmanji je u Velikoj Britaniji i iznosi 43,41%, što je prilično više od prosjeka Brčko distrikta BiH. Razlog ovako velike razlike između udjela u Brčko distriktu BiH i Bosni i Hercegovini leži u činjenici da veliki broj maloprodajnih poduzeća nabavlja robu od veleprodajnih poduzeća koja se ne nalaze u Brčko distriktu BiH, nego u ostalom dijelu Bosne i Hercegovine. To izravno utječe na smanjenje dodane vrijednosti stvorene u trgovini na veliko u Brčko distriktu BiH.

Udio trgovine na malo u dodanoj vrijednosti stvorenoj u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH u razdoblju od 2008. do 2011. prosječno je iznosio 60,37%. To je znatno više od prosjeka za Bosnu i Hercegovinu od 36,88% i Europsku uniju od 38,65%. Ovako visok prosjek doprinosa trgovine na malo stvaranju dodane vrijednosti nema ni jedna država članica Europske unije. Najveći je na Cipru i iznosi 46,26% i povezan je s veoma razvijenom aktivnošću turizma. Razlog za ovako veliki doprinos trgovine na malo stvaranju dodane vrijednosti je mali doprinos trgovine na veliko. Dakle, obavljajući nabavke izvan Brčko distrikta BiH, tj. u ostalim dijelovima Bosne i Hercegovine, maloprodajna poduzeća značajno umanjuju dodanu vrijednost koja se stvara u trgovini na veliko u Brčko distriktu BiH, a smanjenje doprinosa trgovine na veliko uvećava doprinos trgovine na malo.

Osim toga, geografska pozicija Brčko distrikta BiH, odnosno blizina drugih manjih općina u Bosni i Hercegovini, koje gravitiraju prema Brčkom (Donji Žabar, Pelagićevo, Gradačac, Srebrenik, Čelić i Lopare) i državna granica s Hrvatskom (Vukovarsko-srijemska županija), veoma utječe na aktivnosti trgovine na malo. Naime, kupci, posebno krajnji potrošači, iz ovih općina (iz Bosne i Hercegovine zbog većeg izbora ili nepostojanja određenih proizvoda, a iz Hrvatske zbog nižih cijena ili manje udaljenosti), veliki broj svojih kupovina obavljaju u Brčko distriktu BiH, što značajno uvećava dodanu vrijednost stvorenu u trgovini na malo. O tome govori i udio od otprilike 4,80% dodane vrijednosti stvorene u trgovini na malo u Brčko distriktu BiH u dodanoj vrijednosti stvorenoj u trgovini na malo u Bosni i Hercegovini. Ovaj podatak dobiva na značaju kad se usporedi s podatkom o udjelu dodane vrijednosti stvorene u gospodarstvu Brčko distrikta BiH u dodanoj vrijednosti stvorenoj u gospodarstvu Bosne i Hercegovine koje iznosi 2%.

Među državama članicama Europske unije nema ni jedne koja ima sličnu strukturu dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini u razdoblju od 2008. do 2011. kao u Brčko distriktu BiH.



## 5. ZAKLJUČAK

Distributivna trgovina predstavlja sve oblike trgovačkih aktivnosti od nabavke robe od proizvođača do isporuke robe krajnjem potrošaču. U Brčko distriktu BiH u ovoj gospodarskoj aktivnosti stvara se od 47,9 do 52,8 milijuna eura godišnje, što je otprilike 37,10% dodane vrijednosti stvorene u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima, odnosno otprilike 24,30% u cijelom gospodarstvu Brčko distrikta BiH. To je značajno više nego na razini Bosne i Hercegovine, gdje distributivna trgovina sudjeluje s otprilike 24,21% u stvaranju dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima i otprilike 15,80% u cijelom gospodarstvu. A gotovo dva puta više od prosjeka na razini Europske unije, u kojoj distributivna trgovina stvara otprilike 19,50% dodane vrijednosti u nefinancijskim gospodarskim aktivnostima. Osim toga, nijedna država članica Europske unije nema ovako visok udio distributivne trgovine u stvaranju dodane vrijednosti.

Mogući razlog ovako velikog doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH jest manji doprinos sektora prerađivačke industrije. Naime, ovaj je sektor sa sektorom iskapanja ruda i kamena u 2011. sudjelovao u stvaranju dodane vrijednosti s 19,15%, na razini Bosne i Hercegovine 24,44%, a u Europskoj uniji 28,23%. Uočljivo je da je doprinos distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH dva puta veći od doprinosa prerađivačke industrije i iskapanja ruda i kamena, dok je u Bosni i Hercegovini na istoj razini, a u Europskoj uniji je doprinos prerađivačke industrije i iskapanja ruda i kamena za otprilike 50% veći. Manji doprinos prerađivačke industrije i iskapanja ruda i kamena u Brčko distriktu BiH je posljedica deindustrijalizacije uzrokovane ratnim zbivanjima (zastoji u poslovanju i fizičko uništenje postrojenja) i problematične privatizacije društvenog kapitala. Međutim, treba imati na umu da distributivna trgovina u Brčko distriktu BiH stvara otprilike 3% dodane vrijednosti ove gospodarske aktivnosti na razini Bosne i Hercegovine, dok nefinancijske gospodarske aktivnosti i ukupno gospodarstvo stvaraju otprilike 2% dodane vrijednosti na razini Bosne i Hercegovine. To ukazuje na veći značaj distributivne trgovine za stvaranje društvenog bruto proizvoda u Brčko distriktu BiH, nego u ostalim dijelovima Bosne i Hercegovine.

Kao razlog velikog doprinosa distributivne trgovine stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH može se istaknuti njegova geografska pozicija. Naime, veliki broj kupaca iz manjih okolnih općina iz Bosne i Hercegovine, zbog većeg izbora ili nepostojanja određenih proizvoda kupovine, obavlja u trgovinskim poduzećima u Brčko distriktu BiH. Također, i veliki broj kupaca iz Hrvatske (granične općine) kupovine obavlja u Brčko distriktu BiH radi manje udaljenosti i nižih cijena. To značajno uvećava promet, a time i dodanu vrijednost u distributivnoj trgovini, a posebno u trgovini na malo. Tome u prilog ide i podatak da dodana vrijednost stvorena u trgovini na malo u Brčko distriktu BiH čini 60,37% dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH (ist udio na razini BiH je otprilike 36,88%) i otprilike 4,80% dodane vrijednosti stvorene u toj djelatnosti u Bosni i Hercegovini. Potrebno je istaknuti da veliki broj maloprodajnih poduzeća iz Brčko distrikta BiH svoje nabavke obavlja od veleprodajnih poduzeća izvan Brčko distrikta BiH, u drugim dijelovima Bosne i Hercegovine, što izravno utječe na manju dodanu vrijednost stvorenu u ovoj djelatnosti

(1,70% dodane vrijednosti stvorene u trgovini na veliko u Bosni i Hercegovini). To se u velikoj mjeri održava na strukturu dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH, odnosno veći doprinos trgovine na malo i manji doprinos trgovine motornim vozilima i trgovine na veliko. U razdoblju od 2008. do 2012. 9,47% dodane vrijednosti stvorene u distributivnoj trgovini u Brčko distriktu BiH stvarano je u trgovini motornim vozilima, 30,16% u trgovini na veliko i 60,37% u trgovini na malo. Ova struktura se značajno razlikuje od iste strukture na razini Bosne i Hercegovine (12,92% u trgovini motornim vozilima, 50,20% u trgovini na veliko i 36,88% u trgovini na malo) i na razini Europske unije (11,95% u trgovini motornim vozilima, 49,40% u trgovini na veliko i 38,65% u trgovini na malo). Ovakve razlike posljedica su već objašnjene deindustrijalizacije i povoljne geografske pozicije za razvoj trgovine na malo Brčko distrikta BiH.

Na osnovi svega navedenoga može se konstatirati da distributivna trgovina, a posebno trgovina na malo, ima veoma značajnu ulogu i veliki doprinos u stvaranju dodane vrijednosti u Brčko distriktu BiH.

#### LITERATURA:

1. European Commission (2008), NACE Rev. 2 Statistical classification of economic activities in the European Community, Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.
2. Nacionalni računi – bruto dodana vrijednost i bruto domaći proizvod za Brčko distrikt Bosne i Hercegovine za 2012. godinu (2013), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Podružnica Brčko, Brčko.
3. Nacionalni računi: (2012), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo.
4. Nacionalni računi: Bruto domaći proizvod, prema proizvodnom, dohodovnom i rashodovnom pristupu (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo.
5. Odluka o klasifikaciji djelatnosti Bosne i Hercegovine 2010, Službeni glasnik BiH, br. 47/10.
6. Reynolds, J. i Cuthbertson, R. (2014). Retail & Wholesale: Key Sectors For The European Economy – Understanding the role of retailing and wholesaling within the European union, Oxford: Oxford Institute of Retail Management, Said Business School, University of Oxford.
7. Schaffers, H. et al. (2011). Retail and Wholesale Trade Sector – Final sector report, Brussels: Europe INNOVA Sectoral Innovation.
8. Statistika distributivne trgovine: Indeks prometa distributivne trgovine u BiH, II. kvartal 2014. (2014), Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine
9. Task Force of the Monetary Policy Committee of the European System of Central banks, (2011) .Structural Features of Distributive Trades and Their Impact on Prices in the Euro Area, Occasional paper series No. 128, September 2011, European Central Bank.

10. <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, Structural Business Statistic (pristupljeno: 26. veljače 2015.)
11. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Value\\_added\\_at\\_factor\\_cost](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Value_added_at_factor_cost) (pristupljeno: 27. veljače 2015.)
12. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross\\_value\\_added\\_at\\_market\\_prices](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross_value_added_at_market_prices) (pristupljeno: 3. travnja 2015.)
13. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-financial\\_business\\_economy](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Non-financial_business_economy) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)
14. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Wholesale\\_trade](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Wholesale_trade) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)
15. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Retail\\_trade](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Retail_trade) (pristupljeno: 25. veljače 2015.)
16. <http://lexicon.ft.com/Term?term=gross%20value%20added%20GVA> (pristupljeno: 3. travnja 2015.)
17. <http://www.cbbh.ba/?id=4&lang=hr> (pristupljeno: 2. travnja 2015.)
18. <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264067981-en/04/01/index.html?itemId=/content/chapter/9789264075108-16-en> (pristupljeno: 3. travnja 2015.)

## ROLE OF DISTRIBUTIVE TRADE IN GENERATION OF ADDED VALUE IN BRČKO DISTRICT OF BiH

*Fatima Ribić*<sup>31</sup>

### **Summary**

*Distributive trade covers all forms of commercial activities, starting with the purchase of goods from the manufacturer, to its sales to the final consumer. In states or their political and administrative units, distributive trade is one of the most important economic sectors. This paper discusses the role of distributive trade in generating added value in the Brčko District. First, it explains the basic characteristics of distributive trade as an economic activity and the concept of added value. Second, a quantitative data analysis of generated added value in the distributive trade sector and its sub-sectors (trade of motor vehicles, wholesale and retail) is performed on the example of the Brčko District of Bosnia and Herzegovina, Bosnia and Herzegovina, the European Union and its Member States. Appropriate indicators are identified. Next, a comparative analysis of the indicators is performed and conclusions on the role of distributive trade in generating added value in the Brčko District are made. Research results show a great importance of this economic activity in generating gross domestic product in the Brčko District. More than 1/3 of added value in non-financial economic activity, i.e. approx. 1/4 of added value in the whole economy of the Brčko District of BiH is generated in distributive trade. Possible reasons for this could be due to a large number of customers (end users) from smaller surrounding municipalities who do their shopping in Brčko District of BiH, as well to minor contributions from the manufacturing industry in generating added value.*

**Key words:** *Added value, distributive trade, retail trade, wholesale trade.*

**JEL classification:** F31

---

<sup>31</sup> Fatima Ribić, Expert Adviser, Assembly of Brčko District of BiH, E-mail: fatimaribic@yahoo.com