# TRANZICIJA/TRANSITION Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije / Journal of economic and politics of Transition Godina XX Vitez-Tuzla-Zagreb-Beograd-Bukurešt, 2018. Br. 41

*Predhodno priopćenje Preliminary communication*

***JEL Classification****: F13, F14, F17*

Sanja Zekić\* • Jamila Jaganjac\*\* • Fahrudin Fehrić[[1]](#footnote-1)\*\*\*

**UTJECAJ VANJSKOTRGOVINSKIH POLITIKA NA POVEĆANJE IZVOZA BH PODUZEĆA**

**IMPACT FOREIGN TRADE POLICIES TO INCREASE THEIR EXPORTS BH COMPANIES**

***Sažetak***

*Vanjskotrgovinska politika ima za cilj da kroz utjecaj na vanjskotrgovinsko poslovanje ostvari ekonomske ciljeve zemlje i poboljša međunarodnu konkurentnost domaćih proizvodnih poduzeća. Ovaj rad ispituje adekvatnost vanjskotrgovniskih politika na nivou Bosne i Hercegovine i njen utjecaj na izvoznu orijentaciju domaćih poduzeća. Analizira se uspješnost vanjskotrgovinskih politika u BiH od strane EU I WTO-a, kao i stanje poslovne aktivnosti i uspješnosti BH-a proizvođača. Rezultati istraživanja ukazuju na činjenicu da zbog neadekvatnih vanjskotrgovinskih politika, proizvodna poduzeća primjenjuju različite metode u kreiranju i upravljanju vlastitom izvoznom poslovnom orijentacijom. To u značajnijoj mjeri slabi njihovu izvoznu sposobnost i konkurentnost u odnosu na kompanije razvijenih zemalja. Samo ona proizvodna poduzeća koja primjenjuju adekvatne izvozne strategije potpomognute učinkovitim vanjskotrgovinskim politikama na nivou države, imaju ozbiljnije šanse u vanjskotrgovinskom poslovanju.* ***Ključne riječi:*** *vanjskotrgovinska politika, izvozna sposobnost, konkurentnost, izvozna strategija.*

***Abstract***

*Foreign trade policy aims to achieve the economic goals of the country through the impact on foreign trade and to improve the international competitiveness of domestic production companies. This paper examines the adequacy of foreign trade policies at the level of Bosnia and Herzegovina and its impact on the export orientation of domestic companies. The analysis includes the success of foreign trade policies in BiH according to EU and WTO, as well as the state of business activity and the success of BH's producers. Research results point to the fact that due to inadequate foreign trade policies, production companies apply different methods in creating and managing their export orientation. This situation significantly weakens their competitiveness comparing to the companies in developed countries.Only the companies applying adequate export strategies supported by effective foreign trade policies at the state level have more opportunities to be competitive.* ***Keywords****: foreign trade policy, export capacity, competitiveness, export strategy.*

# UVOD

Utemeljenost spoznaje o utjecaju države na ponašanje domaćih izvoznika u vanjskotrgovinskom poslovanju je neupitna, ali ne i presudno opredjeljujuća za one menadžere koji se ohrabre da svoje poslovanje prošire na nekom od inostranih tržišta. Prošla su vremena kada su države u svojstvu ili u ime poslovnih subjekata nastupale na međunarodnom tržištu, što neznači da i dalje zadržavaju značajnu ulogu u međunarodnim ekonomskim odnosima, jer obavljaju različite regulatorne funkcije, donose jednostrane mjere ili potpisuju sporazume sa drugim državama, a sve u cilju stvaranja pravnog okvira za razvoj i napredak međunarodnog poslovanja. Neusklađenost vanjskotrgovinskih politika na nivou BiH, uveliko nepovoljno utječe na opredjeljenje menadžmenta proizvodnih poduzeća da se odlučuju za koncept izgradnje izvozne orijentacije. Veoma je važno istaći da vanjskotrgovinska politika obuhvata skup aktivnosti, instrumenata i mjera kojima država reguliše promet roba i usluga sa inostranstvom, ali je prvenstveno cilj vanjskotrgovinskih politika poboljšati i osnažiti međunarodnu konkurentnost domaćih proizvodnih poduzeća. Vanjskotrgovinska politika ima veliki utjecaj na vrijednost uvoza i izvoza. Iako je u svjetu prisutan trend stimulisanja slobodne trgovine, većina država koje nisu dio nekog zajedničkog tržišta, zadržava određene barijere u obavljanju međunarodne trgovine. Postoji više razloga za to: povećanje javnih prihoda, uticaj na potrošnju domaćih potrošača, zaštita domaće privrede – protekcionizam, utjecaj na zaposlenost, uravnotežavanje platnog bilansa, itd. Kreiranje izvozne strategije bosanskohercegovačkih proizvodnih poduzeća uveliko je opterećeno neadekvatno postavljenim i neimplementiranim vanjskotrgovinskim politikama, što u značajnoj mjeri otežava izvoz i ukupno poslovanje domaćih proizvodnih izvoznih poduzeća. Državne institucije i zakonska regulativa, te ljudski resursi imaju veliki značaj i važnost u vanjskotrgovinskoj ekonomskoj politici, te svakako direktno utječu na izvozna poduzeća koja se bave proizvodnjom i izvozom domaćih proizvoda. Razlozi orijentacije prema vanjskotrgovinskoj ekonomskoj politici proizvodnih poduzeća u BiH su prije svega nedovoljan potencijalni rast domaćeg tržišta i nemogućnost širenja, praćenje velikih proizvođača i njihov nastup na tržištu, smanjenje zavisnosti od jednog (domaćeg) tržišta i mogućnost korištenja različitih stopa ekonomskog razvoja. U vremenu u kakvom se trenutno nalazi industrija BiH, evidentni su brojni problemi koji se javljaju pri poslovanju, od naplate, nabavke sirovina, postizanja zadovoljavajućih cijena, a što nije slučaj na tržištima razvijenih država pa je prema tome, to još jedan od motiva izvoza. Međunarodna trgovina opterećena je mjerama trgovinske politike kao što su carine, kvote, dozvole i sl.što predstavlja samo jedan dio vanjskotrgovinskih barijera.Iako određeni broj država zadržava vanjskotrgovinske barijere, činjenica je da se odnosi razmjene konkretne države najbolje mogu poboljšati nekorištenjem barijera već podizanjem međunarodne konkurentnosti države i poduzeća koja iz nje potiču.Gotovo sve barijere koje se pojavljuju u međunarodnom prometu dio su planiranih vanjskotrgovinskih politika, osim onih neplaniranih koje se teško uočavaju i spadaju u domenu otežanih uvjeta vanjskotrgovinskog poslovanja.

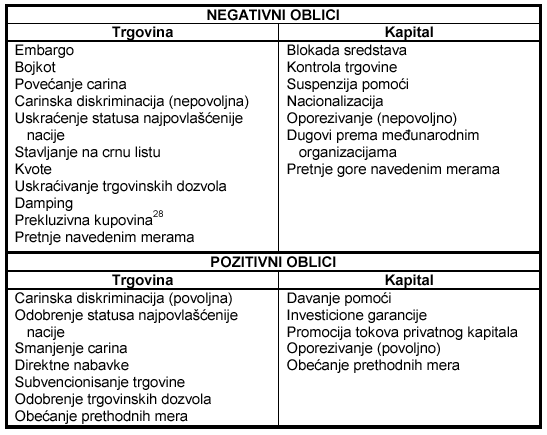
# UTJECAJ DRŽAVNIH INSTITUCIJA NA VANJSKOTRGOVINSKO POSLOVANJE

Organizacija vanjskotrgovinskog poslovanja neke države ovisi o društvenom uređenju i stepenu njenog privrednog razvoja. Uloga države i njenih organa u vanjskoj trgovini je dvojaka: operativna i regulativna. U okviru operativne uloge država sama zaključuje vanjskotrgovnske poslove, posebno u oblasti monopolskih proizvoda. U okviru regulativne uloge, država, uz pomoć svojih organa, stvara klimu za obavljanje vanjskotrgovinskih poslova radom diplomatsko-konzularnih predstavništava, kao i zakonima i mjerama ekonomske politike iz oblasti svojine, poduzetničkog zakonodavstva, vanjskotrgovinskog i deviznog poslovanja, obligacionih odnosa, fiskalnih i monetarnih propisa i dr. Značajan utjecaj države na poslovno ponašanje i opredeljivanje privrednih subjekata je opšta karakteristika suvremenog poslovanja. Uplitanje države je nužno radi relativiziranja pojedinačnih i privatnih interesa, kao i njihovog usklađivanja sa kratkoročnim i dugoročnim interesima društva i države u cjelini. Pomoć države u međunarodnom poslovanju i menadžmentu posebno dolazi do izražaja u početnim fazama internacionalizacije, kao i kod malih i srednjih poduzeća, u finansijskom, informativnom i promotivnom smislu. U svim državama obično tri vrste faktora uređuju vanjsku trgovinu, i to: državna tijela, od kojih posebnu ulogu ima ministarstvo nadležno za vanjsku trgovinu; drugu vrstu čine posebne misije, ustanove i asocijacije ili zajednice čija je zadaća unapređivanje vanjske trgovine, analiziranje međunarodne trgovine, utvrđivanje rezultata poduzetih mjera i predlaganje novih mjera za poboljšanje položaja države na svjetskom tržištu, dok treću vrstu faktora čine trgovačka društva koja se bave izvozom i uvozom roba i usluga. Pravni sistem BiH je određen specifičnostima ustavnog uređenja države, odnosno ustavnim rješenjima nastalim iz Dejtonskog mirovnog sporazuma. Ovo je dovelo do složenog državnog uređenja prema kojem se država BiH sastoji od dva entiteta: Federacije BiH i RS, te Distrikta Brčko, dok je sama Federacija BiH sastavljena od deset kantona sa značajnim nivoom zakonodavnih ovlasti. Složenost pravne organizacije BiH je neizostavan faktor koji treba razmotriti u svakoj analizi ili projektu, a poseban utjecaj ovako složenog državnog ustrojstva ima dalekosežne posljedice na kreiranje vanjskotrgovinskih politika u BiH. U okviru trenutne administrativne strukture u BiH, odgovornost provedbe vanjskotrgovinske politike je u nadležnosti države. Najznačajnije institucije koje su u BiH zadužene za regulaciju međunarodnih trgovinskih odnosa, za praćenje i evidenciju izvoza/uvoza roba i usluga i za promociju međunarodne trgovine su:[[2]](#footnote-2)Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH, Vanjskotrgovinska komora BiH, Uprava za indirektno oporezivanje BiH, i Agencija za promociju izvoza-IGA.“ Vijeće ministara je vodeće tijelo izvršne vlasti BiH, koje ostvaruje prava i izvršava dužnosti kao državna vlada. Uloga Ministarstva vanjskih poslova u politici i promociji izvoza relativno je neupadljiva. Iz perspektive izvoza, iako Ministarstvo prometa i komunikacija i Ministarstvo finansija i trezora imaju značajan uticaj na osiguravanje konkurentne i efikasne izvozne infrastrukture, najvažnije ministarske nadležnosti na državnom nivou u oblasti politike i promocije izvoza BiH imaju Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa i Ministarstvo vanjskih poslova.  Smanjenje trgovinskog deficita i rast BiH izvoza je jedna od temeljnih odrednica ekonomske i vanjske politike BiH. Jedan od osnovnih zadataka koji se postavlja pred mrežu diplomatsko-konzularnih predstavništava BiH je promocija BiH izvoza i povezivanje ekonomskih subjekata iz BiH sa poslovnim partnerima iz inostranstva. Veliki akcenat ovim pitanjima daju i entitetske vlade, koje su u svojim planovima rada predvidjele mjere i poticaje za promociju izvoza i podršku privrednim subjektima koje se bave izvozom. Iako se povećanje konkurentnosti i promocija izvoza navodi kao jedan od osnovnih strateških odrednica i ciljeva, konkretne mjere na provođenju politika i aktivnosti nisu usklađene sa strateškim ciljem, a ukupni budžeti izdvojeni za ovu svrhu ne pokazuju da je ovom cilju dodijeljen toliko visok rang prioriteta. U cilju diverzifikacije izvoznih tržišta i većeg plasmana BiH proizvoda u inostranstvu, neophodno je osigurati tačne, provjerene i blagovremene informacije o uvjetima i mogućnostima prodaje u određenoj zemlji. Postoji potreba za uspostavljanjem posebnih odjela za ekonomsku diplomatiju i vanjskotrgovinsku promociju u okviru najvažnijih diplomatsko-konzularnih predstavništava, postojećih izvoznih tržišta i tržištasa velikim izvoznim potencijalom. Ova aktivnost zahtijeva velika ulaganja za kontinuirano i učinkovito prisustvo na inostranim tržištima, a ona može biti izvršena kroz partnerski odnos Ministarstva vanjskih poslova BiH, Ministarstva vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH i Vanjskotrgovinske komore BiH. Komora bi trebala kreirati Trgovinski informacioni centar koji bi pružao usluge istraživanja tržišta za bh izvoznike.

# 2. ANALIZA UTJECAJA VANJSKOTRGOVINSKIH POLITIKA NA POVEĆANJE IZVOZNE SPOSOBNOSTI BIH PODUZEĆA

Vanjskotrgovinska politika je strategija koju jedna država primjenjuje u međunarodnim trgovinskim odnosima sa drugim nacionalnim privredama. Oblici zaštite domaćeg tržišta ispoljavaju se u okviru mjera vanjskotrgovinske politike. One se mogu podjeliti na: mjere koje direktno utječu na cijene (uvećavaju ih ili smanjuju), mjere koje direktno utiču na količine i ostale mjere. Poseban instrument za reguliranje međunarodne trgovine, kao most za povezivanje domaćih i međunarodnih cijena, je devizni kurs. U grupu mjera koje direktno utiču na cijene najznačajnije su carine, prelevmani, uvozne takse i izvozne premije (podsticaji izvoza). U grupu mjera koje direktno utječu na količine spadaju kontingenti, kvote, dozvole i zabrane izvoza, odnosno uvoza.

*Tabela 1. Oblici vanjskotrgovinskih akcija*



Izvor: [***www.efsa.unsa.ba***](http://www.efsa.unsa.ba) (pristup 10.08.2016.)

Sve vanjskotrgovinske barijere koji se koriste radi zaštite od inostrane konkurencije, mogu se podjeliti u dvije velike grupe:carinske barijere trgovini (*tariff barriers to trade*); inecarinske barijere trgovini (*non tariff barriers to trade*). Carina je najstariji instrument vanjskotrgovinske politike koji dodatkom na cijene robe i usluga utječe na obim i vrijednost vanjske trgovine. Osim što je instrument vanjske politike, carina je i važan izvor državnih prihoda. Carine i carinski sistem svake države imaju veliki značaj pri otvorenoj međunarodnoj robnoj razmjeni. Iz tih razloga, a posebno iz razloga bržeg uključivanja privrede neke zemlje u međunarodne robne tokove, bitno je da carina i carinski sistem budu suvremeni sa nizom usvojenih međunarodnih rješenja koje imaju razvijene države. Pod zaštitnom politikom podrazumijeva se ekonomska politika kojoj je svrha stvaranje razlike između relativnih cijena robe na domaćem i svjetskom tržištu. Zaštitnom se politikom ograničava sloboda kretanja tokova u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni. Mjere ekonomske politike kojima se ograničava sloboda tokova međunarodne ekonomske razmjene mogu djelovati mehanizmom cijena (carine, prelevmani. avansi), ili ograničavanja količina (kontingenti, kvote), ili pak deviznim ograničenjima. Uvođenje ograničenja slobode tokova u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni opravdava se nesavršenostima domaćeg i/ili međunarodnog tržišta. Najviše argumenata za zaštitu pojedinih sektora temelji se na određenim neefikasnostima tržišta u domaćoj privredi koje dovode do nejednakosti između cijene nekog proizvoda i njegova graničnog troška. Iz toga se razvila posebna teorija distorzija, i to kakona domaćem tako i na međunarodnom tržištu. I u jednom i u drugom slučaju, ekonomskom politikom treba utjecati na međunarodnu razmjenu s ciljem da se postigne uvjet Paretove optimalnosti, koji se izražava u jednakosti između domaće granične stope supstitucije s domaćom i inostranom stopom transformacije. Zaključak te teorije je da se ekonomskom politikom intervenira direktno na izvor distorzije. Ako je distorzija nastala u domaćoj privredi, ona se treba uklanjati porezima i subvencijom. Ako je distorzija nastala u proizvodnji, treba intervenirati subvencijom, a ako je ona nastala u potrošnji, onda porezom na potrošnju. Ako je distorzija nastala na međunarodnom tržištu, ona se treba ispravljati mjerama vanjskotrgovinske politike. Najčešći argument ograničenja slobode međunarodne razmjene jest argument mlade, nejake industrije. Argument nejake industrije svodi se na to da mladu, nejaku industriju treba štititi dok ne ojača da bi se mogla nositi s inozemnom konkurencijom. Kada ojača, koristi od njezina rasta više će nego kompenzirati troškove njezine zaštite. Štiteći nejaku industriju od inostrane konkurencije omogućuje joj se da stjecanjem iskustva i koristeći ekonomije razmjera snizi svoje jedinične troškove, kako bi se osposobila za slobodnu utakmicu s inostranim konkurentima. Iskustvo, posebno u državama u razvoju, pokazalo je da kod zaštite neke industrije koja zaštitu traži na temelju argumenta nejake industrije, postoji nekoliko problema. Prvo, svaki se sektor želi zaštititi pa je teško precizno odrediti koje sektore treba štititi. Dugoročni program razvoja može pomoći pri rješavanju tog problema. Drugo, kad jednom neki sektor dobije zaštitu na temelju argumenta nejake industrije, on se te zaštite ne želi nikad odreći. Zato bi trebalo vremenski ograničiti trajanje zaštite i postupno je smanjivati. Treće, zaštita nekog sektora može škoditi drugim sektorima zbog više cijene proizvoda tog sektora, ili njegova uvoznog supstituta, ako ga oni troše u svojoj intermedijarnoj potrošnji. Četvrto, menadžement u zaštićenom sektoru može više pozornosti posvetiti očuvanju i produženju zaštite nego povećanju efikasnosti i osposobljavanju za međunarodnu utakmicu bez zaštite. Zato je važno vremenski definirati rok trajanja zaštite i postupno je smanjivati. I konačno, zaštićeni sektor može politički lobirati za produženje zaštite koristeći razne dodatne argumente kao što su regionalni razvoj, područja od posebne skrbi itd. umjesto da se koncentrira na korištenje ekonomije razmjera i iskustva kako bi se osposobio za konkurenciju bez ikakve zaštite. Ograničenja slobode međunarodne ekonomske razmjene mogu se provoditi carinama ili necarinskim mjerama. Među necarinske mjere zaštite pripadaju: kvantitativna uvozna ograničenja (kvote, kontingenti), devizne kontrole i i višestruki tečajevi. U BiH primjenjuje se Zakon o carinskoj tarifi koji propisuje plaćanje carina za robu koja se uvozi na carinsko područje BiH, a prema Carinskoj tarifi koja je sastavni dio ovog zakona. Zakon o carinskoj tarifi reguliše carinske obaveze za teritoriju Bosne i Hercegovine primjenjujući harmonizovani sistem klasifikacije. Carinska tarifa koja je usaglašena i utvrđena za cijelu teritoriju BiH primjenjuje se od 1. januara 2005. Carinska nomenklatura je uglavnom usklađena s klasifikacijom koja važi u EU. Visina carinskih tarifa prilagođena je trenutnim potrebama BiH. Zakon sadrži osnovne elemente carinske zaštite privrede BiH, kao i prava i obaveze učesnika u carinskom postupku. Također, Carinska tarifa je propisana u skladu sa obavezama preuzetim međunarodim pravilima i sporazumima. Osim carinskih ograničenja postoji vrlo široka lepeza necarinskih ograničenja. Tu spadaju kvote (količinska ograničenja), tehničke regulacije i standardi (npr. u telekomunikacijskoj opremi, prehrambenim proizvodima i sl. zdravstveni i sigurnosni standardi), pravila za carinsku osnovicu i zakoni o investicijama (npr. ograničenje udjela stranog vlasništva u domaćem poduzeću). Sva ta necarinska ograničenja mogu se za analitičke svrhe svrstati u tri grupe, tri tipa: U mjere I tipa pripadaju ona necarinska ograničenja kojima je svrha zaštititi domaću privredu od vanjske konkurencije, ograničiti uvoz ili ojačati domaću privredu u konkurenciji. Ove se mjere dalje grupiraju u dvije grupe: mjere prema uvozu i mjere prema izvozu. U mjere II tipa pripadaju mjere koje se odnose na probleme koji nisu direktno vezani za trgovinu, ali se povremeno koriste za ograničavanje trgovine. U mjere III tipa pripadaju mjere koje se primjenjuju isključivo iz razloga koji nisu direktno vezani za trgovinu, ali koje neizbježno dovode do iskrivljavanja uvjeta međunarodne razmjene i zbog toga utječu na vanjsku trgovinu.[[3]](#footnote-3) Komparativni pregled svih vrsta pokrenutih tj. iniciranih i barijera koje su bile na snazi na dan 31.12. 2016. prezentirane su u tabelarnom pregledu br. 2. Iz prezentiranog tabelarnog pregleda evidentno je da je prema podacima WTO na dan 31.12 2016. registrirano ukupno 39.930 svih vrsta iniciranih i barijera na snazi.Od ukupnog broja vancarinskih barijera inicirane barijere predstavljale su 74,26 % dok su barijere koje su bile na snazi činile su 25,74 %. U strukturi sveukupnih vancarinskih barijera TBT su činile dominantnu većinu i to 49,37 %, dok su SPS barijere bile na drugom mjestu i činile su 35,36 %. Antidamping barijere (AD) predstavljale su treću veličinu sa 4,84 %.

*Tabela 2: Komparativni pregled barijera u svijetu sa 31.12.2016.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Opis barijera** | **Inicirane barijere** | **Barijere na snazi** | **Ukupno** |
| Sanitarne i fitosanitarne | 11.174 | 2.949 | 14.123 |
| Tehničke barijere u trgovini | 17.796 | 1.918 | 19.714 |
| Anti damping barijere | 454 | 1.481 | 1.935 |
| Kompezacijske | 72 | 105 | 177 |
| Posebna zaštita | 0 | 633 | 633 |
| Zaštitne barijere | 160 | 155 | 315 |
| Količinska ograničenja | 0 | 1.087 | 1.087 |
| Tarifne kvote | 0 | 1.274 | 1.274 |
| Državna trgovinska poduzeća | 0 | 243 | 243 |
| Izvozne subvencije | 0 | 429 | 429 |
| Sve ukupno | 29.656 | 10.274 | 39.930 |

Izvor: <https://www.wto.org> (pristup 04. 08. 2016.)

Izvozni rezultati bili bi sigurno bolji da izvoznici sa tržišta Bosne i Hercegovine nisu nailazili na brojne vancarinske barijere kako na samom domaćem tržištu tako i na tržištu Europske unije.Izvoznici sa tržišta Bosne i Hercegovine nailaze na brojne tehničke, administrativne i druge vancarinske barijere koje onemogućavaju izvoz Bosne i Hercegovine, ali jednako tako i unutarnje barijere uzrokovane slabostima u vlastitome sistemu. Tržište Europske unije je jedno od najzaštićenijih, a ova zaštita se realizira putem vrlo sofisticiranog sistema zaštitnih mjera, količinskih ograničenja, carinske zaštite, tehničkih i drugih barijera. Pristupanjem BiH Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju i stupanjem na snagu 01. juna 2015.godine, uklonjen je jedan dio tih barijera. Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju neophodno je provoditi u skladu sa odredbama Svjetske trgovinske organizacije, posebno sa članom XXIV Općeg sporazuma o carinama i trgovini iz 1994.godine i članom V Općeg sporazuma o trgovini uslugama. Iako su sporazumom predviđena eliminisanja svih vancarinskih barijera, Europska unija je u cilju zaštite svoga tržišta kod uvoza roba sa tržišta koja ne pripadaju Europskoj uniji postavila glavne zahtjeve: sanitarne i fitosanitarne, zaštitu okoliša, tehničke zahtjeve, marketing standarde i zahtjeve za uvoznim ograničenjima.Prema podacima WTO na dan 31 12.2015. Europska unija ukupno je imala iniciranih 1263 barijere od toga sanitarnih i fitosanitarnih 439, tehničkih barijera 800, anti-damping barijera 16 i kompezacijskih barijera 8, dok su barijere koje su bile na snazi iznosile su ukupno 528 i od toga sanitarnih i fitosanitarnih 119, tehničkih barijera 143, anti-damping 109, kompezacijskih barijera 12, posebnih zaštita 27, količinskih ograničenja 11, carinskih kvota 87 i barijera u vidu izvoznih subvencija u količini od 20 barijera.

*Tabela 3: Komparativni pregled izvoza BiH na tržište EU, indikatori lakoće poslovanja*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red.**  **br.** | **Godine** | **Izvoz BiH u EU u**  **000 KM** | **Indikator lakoće pokretanja biznisa (%)** | **Indikator – distanca do granice (%)** |
| 1. | 2004. | 1.637.417 | 58,40 | - |
| 2. | 2005. | 2.018.141 | 50,37 | - |
| 3. | 2006. | 2.977.037 | 51,19 | - |
| 4. | 2007. | 3.400.860 | 52,55 | - |
| 5. | 2008. | 3.703.290 | 51,39 | - |
| 6. | 2009. | 2.999.961 | 53,70 | 52,04 |
| 7. | 2010. | 3.869.911 | 54,67 | 53,24 |
| 8. | 2011. | 4.586.688 | 60,85 | 54,66 |
| 9. | 2012. | 4.552.560 | 63,36 | 55,17 |
| 10. | 2013. | 6.172.045 | 63,37 | 56,09 |
| 11. | 2014. | 6.268.590 | 63,43 | 63,36 |
| 12. | 2015. | 6.452.502 | 63,52 | 63,71 |

Izvor: [www.bhas.ba](http://www.bhas.ba) (pristup 6. 6.2016.)

Utjecaj vancarinskih barijera prilikom izvoza BiH na tržište EU može se sagledati na primjeru utjecaja unutrašnjih barijera koje vladaju na tržištu BiH i njihove veze na izvoz BiH na tržište EU koristeći se podacima svjetskog izvještaja *Doing Business* kojim se obrađuje indikator lakoće poslovanja (*easy of doing business*) kod 189 ekonomija u svijetu i indikator udaljenost do granice (*distance to frontier*). U cilju izrade regresione analize kako bi se sagledao utjecaj indikatora lakoće poslovanja BiH na izvoz BiH na tržište EU i indikator udaljenost do granice u tabeli br. 3 prezentiraju se indikatori lakoće poslovanja i podaci o izvozu BiH na tržište EU kao i podaci za indikator udaljenost do granice u periodu od 2004.-2015.

**3. ANALIZA PRIPREMLJENOSTI DRŽAVNIH INSTITUCIJA ZA ADEKVATNU PODRŠKU IZVOZNIM PODUZEĆIMA**

Značajan je broj državnih institucija koje ostvaruju utjecaj na uspješnost ili neuspješnost izvoza. Neke imaju direktnu ulogu sa kompanijama koji se bave izvoznim aktivnostima, dok druge imaju više indirektnu ulogu. Ta uloga se ogleda u smislu da njihove politike i aktivnosti utječu na poslovno okruženje u kojem djeluju bh kompanije. Institucije koje su u fokusu o politici su one čije aktivnosti najdirektnije utječu na kompanije od čijeg uspjeha zavisi rast izvoza. To su Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa (MVTEO), Vanjskotrgovinska komora, Ministarstvo vanjskih poslova i mreža regionalnih davatelja poslovnih usluga. Iako nije “institucija”, Izvozno vijeće je također ključni element okvira koji podržava izvoz i izvoznike.[[4]](#footnote-4) Agencija za garanciju investicija je direktno uključena kao finansijer trgovine ali ima i jasnu tehničku ulogu u okviru normi te funkcije. IGA također doprinosi kroz učešće u IV.Agencija za promociju stranih ulaganja (FIPA) učestvuje u sveobuhvatnom cilju poboljšanja poslovnog okruženja da bi BiH postala konkurentnija i privlačna investitorima. One ne učestvuje direktno na izvoznike i izvoz BiH, osim u onoj mjeri u kojoj su strani ulagači potencijalni izvoznici. Međutim, FIPA može imati značajan doprinos u poboljšanju poslovnog okruženja za strane ulagače i lokalne kompanije podjednako. Odnos između ključnih institucija djeluje preko i prelazi granice političkog i administrativnog sistema u BiH. Njihova zajednička svrha je napredak kompanija koje se bave pridobijanjem i isporukom izvoznog poslovanja. Ovaj zajednički program rada pruža osnovu za aktivnu suradnju u isporuci usluga izvoznicima. Mjera djelotvornosti ove suradnje ogleda se u tome koliko dobro ona poboljšava takve usluge kompanijama u čitavoj BiH koje imaju potencijal za izvoz.[[5]](#footnote-5) Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa nadležno je za: vanjskotrgovinsku politiku i carinsko-tarifnu politiku BiH; pripremanje ugovora, sporazuma i drugih akata iz oblasti ekonomskih odnosa i trgovine sa drugim državama; pripremanje bilateralnih i multilateralnih sporazuma i drugih akata vezano za obnovu rekonstrukciju BiH; odnose sa međunarodnim organizacijama i institucijama iz oblasti vanjske trgovine i ekonomskih odnosa; pripremu i izradu makroekonomskih odnosa strateških dokumenata iz oblasti ekonomskih odnosa; poslovno okruženje, jedinstven ekonomski prostor; razvoj i promociju preduzetništva; kontrolu prometa roba i usluga koji imaju poseban režim u prometu odnosa u izvozu i uvozu; zaštitu potrošača; konkurenciju; koordinaciju međunarodne ekonomske pomoći BiH izuzev dijela koji se odnosi na pomoć EU; veterinarstvo. Ministarstvo je nadležno i za obavljanje poslova i zadataka iz nadležnosti BiH koji se odnose na definiranje politike, osnovnih principa, kooridniranje djelatnosti i usklađivanje planova entitetskih tijela vlasti i institucija na međunarodnom planu u područjima: poljoprivrede; energetike; zaštita okoline, razvoj i korištenje prirodnih resursa; turizma. U sastavu ovog ministarstva kao upravna organizacija je Ured za veterinarstvo BiH.Ministarstvo je podjeljeno u više sektora:Sektor za vanjskotrgovinsku politiku i strana ulaganja, Sektor za međunarodne trgovinske odnose, Sektor za carinsku politiku i tarife, Sektor za ekonomski razvoj i preduzetništvo, Sektor poljoprivrede, prehrane, šumarstva i ruralnog razvoja. U sektoru za vanjskotrgovinsku politiku i strana ulaganjaobavljaјu se poslovi osnovne djelatnosti: upravno rješavanje, upravni nadzor, normativno-pravni poslovi, studijsko-analitički, stručno-operativni, informaciono-dokumentacioni, administrativno-tehnički i operativno-tehnički poslovi. Vanjskotrgovinska komora BiH, kao zastupnik interesa svojih članica u zemlji i inostranstvu svoje usluge i aktivnosti je uskladila sa iskazanim interesima i potrebama privrednika i zahtjevima tržišta. Komora pruža usluge osiguranja poslovnih informacija, zastupanja interesa članica pred nadležnim državnim organima putem asocijativnog udruživanja članica, organizacije promocija i prezentacija, pružanja savjetodavnih usluga, izdavanje dokumenata, arbitraže, predstavljanje BiH privrede u zemlji i inostranstvu. Agencija za izdavanje garancija “IGA”, osnovana je u oktobru 1996., kao državna agencija sa isključivim ciljem implementacije projekta Svjetske Banke za hitno pokretanje industrije uz izdavanje garancija od političkog i ratnog rizika stranim investitorima i trgovcima. Cilj projekta za hitno pokretanje industrije u BiH je bio pružanje pomoći BiH za ponovno pokretanje industrije. U periodu pripreme projekta za hitno pokretanje industrije u BiH, predviđena je mogućnost da se IGA razvije vremenom u izvozno - kreditnu agenciju BiH, te da koristi preostala sredstva po završetku projekta za hitno pokretanje industrije. Mnoge države kao primarni cilj svoje ekonomske politike ističu rast izvoza. Na taj način obezbjeđuje se siguran devizni priliv, čime se jača makroekonomska stabilnost, povećanje proizvodnje i zaposlenosti, te omogućava uredno servisiranje vanjskog duga. Imajući to u vidu od strane kreatora ekonomskih politika razvija se čitav sistem mjera koje kao svoj osnovni cilj imaju povećanje izvoza. U sklopu tog sistema značajno mjesto zauzimaju i agencije za kreditiranje izvoza. Kao oblik državne intervencije, rad vladinih agencija za osiguranje i finansiranje izvoznih poslova je predmet međunarodne regulative kojima se koordinira rad ovih agencija na multilaterelnom nivou. Formirane kao agencije osnovane uglavnom od strane države, služe kao podrška domaćim poduzećima za nastup na inozemnim tržištima i to u prvom redu kroz finansiranje i osiguranje izvoznih poslova i investicija.  Izvozno vijeće BiH formirano je Odlukom Vijeća ministara BiH 2006. godine. Izvozno vijeće je zamišljeno kao koordinator svih aktivnosti promocije izvoza roba i usluga kroz jedinstven oblik državno-privatnog partnerstva i društvenog konsenzusa, gdje se predstavnici raznih institucija direktno dogovaraju o važnim pitanjima. Vijeće daje šansu izvoznicima da u direktnom kontaktu sa državnim institucijama, rješavaju svoje probleme i rade na unapređenju izvoznog okruženja. Također, imaju priliku da bolje upoznaju i utiču na rad samih institucija, koje time postaju bliže korisnicima svojih usluga. Domaćim proizvođačima (izvoznicima) je postavljeno 11 pitanja. Pitanja su postavljena samo domaćim proizvođačima koji se bave izvozom na inozemnom tržištu.

*Tabela 4. Analiza odgovora ispitanika o utjecaju vanjskotrgovinskih politika na povećanje izvozne sposobnosti BH-a poduzeća*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ODGOVORI**  **PITANJA-TVRDNJE** | Apsolutno se ne slažem  1 | Ne slažem se  2 | Niti se slažem, niti se ne slažem  3 | Slažem se  4 | Apsolutno se slažem  5 | **Aritmetička sredina (prosjek)** | **Standardna devijacija** |
| 1. Vaše proizvodno/trgovinsko poduzeće nije u dovoljnoj mjeri opredijeljeno odnosno usmjereno ka izvoznoj orijentaciji domaćih proizvoda | 6  5, 2% | 10  8, 6% | 16  13, 8% | 48  41, 4% | 36  31, 0% | 3, 845 | 1, 116 |
| 2. Menadžment BH poduzeća nije osposobljen za izvoznu orjentaciju domaćih proizvoda | 6  5, 2% | 8  6, 9% | 8  6, 9% | 56  48, 3% | 38  32, 8% | 3, 966 | 1, 071 |
| 3. Bosanskohercegovačka proizvodna poduzeća nemaju kvalitetan proizvod s kojim bi nastupili na inostranom tržištu | 6  5, 2% | 6  5, 2% | 6  5, 2% | 50  43, 1% | 48  41, 4% | 4, 103 | 1, 066 |
| 4. BiH kao država nije pripremila adekvatnu infrastrukturu za olakšan izvoz domaćih proizvoda | 6  5, 2% | 14  12, 1% | 18  15, 5% | 62  53, 4% | 16  13, 8% | 3, 586 | 1, 039 |
| 5. Postojeće BH-a institucije koje su formirane sa ciljem obezbjeđenja izvoza bh proizvođača nisu osposobljene da odgovore zahtjevima izvoznika | 6  5, 2% | 2  1, 7% | 16  13, 8% | 54  46, 6% | 38  32, 8% | 4, 000 | 1, 004 |
| 6. Veliki broj BH–a institucija predstavlja ozbiljne smetnje u izvoznom opredjeljenju domaćih poduzeća | 6  5, 2% | 10  8, 6% | 28  24, 1% | 56  48, 3% | 16  13, 8% | 3, 569 | 1, 006 |
| 7. Postojeće finansijske institucije u BiH nisu prilagođene potrebama izvoznih poduzeća | 4  3, 4% | 8  6, 9% | 16  13, 8% | 60  51, 7% | 28  24, 1% | 3, 862 | 0, 977 |
| 8. Vanjskotrgovinska politika BiH nije dovoljno usklađena sa stvarnim potrebama i zahtjevima domaćih poduzeća | 2  1, 7% | 18  15, 5% | 30  25, 9% | 42  36, 2% | 24  20, 7% | 3, 586 | 1, 039 |
| 9. Vanjskotrgovinska politika koju vodi BiH nepovoljno utječe na motiviranost domaćih proizvođača da se odlučuju za izvoz na inostrano tržište | 6  5, 2% | 2  1, 7% | 12  10, 3% | 60  51, 7% | 36  31, 0% | 4, 017 | 0, 978 |
| 10. Postojeće vanjskotrgovinske politike u BiH nemaju značajnijeg utjecaja na izvoz domaćih proizvoda na međunarodno tržište | 4  3, 4% | 12  10, 3% | 16  13, 8% | 68  58, 6% | 16  13, 8% | 3, 690 | 0, 955 |
| 11. Postojeća vanjskotrgovinska politika u BiH nedovoljno promoviše i nepotiče domaće proizvođače da se odlučuju za izvoznu orijentaciju | 6  5, 2% | 6  5, 2% | 20  17, 2% | 48  41, 4% | 36  31, 0% | 3, 879 | 1, 073 |

Izvor: Obrada autora, oktobar 2017.

Analiza rezultata dobivenih u istraživačkom postupku pokazuje da je veoma mali broj domaćih, a u najvećoj mjeri proizvodnih poduzeća opredijeljen ka izvoznoj orijentaciji, što u osnovi pokazuje da menadžment bosanskohercegovačkih poduzeća nije osposobljen za takvu vrstu poslovanja. Nadalje, istraživanja su pokazala da BiH još uvijek nema dovoljno kvalitetne i konkurentne proizvode skojima bi se upustila u tržišnu utakmicu na međunarodnom tržištu. Pored toga, BiH kao država nije pripremila adekvatnu infrastrukturu za olakšan izvoz domaćih proizvoda, te se pokazalo da postojeće BH-a institucije koje su formirane sa ciljem obezbjeđenja izvoza bh proizvođača, još uvijek nisu osposobljene da odgovore zahtjevima domaćih izvoznika. I pored značajnog broja državnih institucija koje se bave kreiranjem vanjskotrgovinskih politika, one i dalje predstavlja ozbiljne smetnje u izvoznom opredjeljenju domaćih poduzeća, a samo manjim dijelom potpomažu izvoznu orjentaciju domaćih poduzeća.To nam govori da vanjskotrgovinska politika BiH nije dovoljno usklađena sa stvarnim potrebama i zahtjevima domaćih poduzeća, te da institucije BiH svojim administrativnim postupcima i mjerama nepovoljno utječu na motiviranost domaćih proizvođača da se odlučuju za izvoz na inostrano tržište. Iz svega toga proizilazi a što rezultati istraživanja potvrđuju da postojeće vanjskotrgovinske politike u BiH nemaju značajnijeg utjecaja na izvoz domaćih proizvoda na međunarodno tržište, te da je uveliko izostala neophodna promocija domaćih proizvođača i njihovih proizvoda u međunarodnom poslovnom okruženju.

# 4. ZAKLJUČAK

Uspješnost u poslovanju i jačanje konkurentske sposobnosti domaćih poduzeća uveliko jeuvjetovano dobro osmišljenom, adekvatno uspostavljenom i učinkovitom vanjskotrgovinskom politikom bez koje bi zasigurno svako poslovanje u međunarodnom okruženju bilo otežano. Taj utjecaj države pretočen u vanjskotrgovinske politike presudno određuje uspješnost i konkurentnost u nastupu naših domaćih poduzeća na inostranom tržištu. Empirijska stajališta upućuju na zaključak da neusklađenost vanjskotrgovinskih politika na nivou BiH, uveliko nepovoljno utječe na opredjeljenje menadžmenta proizvodnih poduzeća da se odlučuju za koncept izgradnje izvozne orijentacije. Nasuprot tome, uređene i tržišno orjentirane privrede, najčešće zapadnih ekonomija kreiraju i stavljaju u upotrebu takve vanjskotrgovinske politike koje imaju za cilj da kroz utjecaj na vanjskotrgovinsko poslovanje, država i njena privreda ostvari ekonomske ciljeve i poboljša međunarodnu konkurentnost domaćih privrednih subjekata. Bez obzira na slobodu privatnog poduzetništva, u svakoj zemlji postoji naglašen interes društva i države za razvitak vanjskotrgovinske razmjene, bez obzira na to što bi se na prvi pogled moglo zaključiti daje to u isključivoj nadležnosti privrednog subjekta odnosno poduzetnika. Imajući u vidu stalno narastanje i pritiske globalizacijskih trendova, te pojačanu internacionalizaciju tržišta, upućuje na potrebu osmišljavanja i prilagođavanja bosanskohercegovačke vanjskotrgovinske politike sa europskim temeljnim principima u poslovanju i kreiranju integrisane zajednice koja se naziva EU, a što je i jedan od ciljeva naše ukupne međunarodne politike. Stratešku opredijeljenost BiH u kreiranju vanjskotrgovinskih politika treba usmjeriti ka jačanju onih instrumenata kojima se jača ukupna domaća ekonomija, povećanje proizvodnje i izvoza,uvođenje europskih i svjetskih standarda u poslovne sisteme, upotreba tehnoloških postupaka i informatičkih sistema posljednjih generacija, kao i ukupno redizajniranje državnih politika naspram poslovanja domaćih poduzeća a naročito onih koje svoje poslovanje zasnivaju na izvozu. Vanjska politika značajno utiče na međunarodnu ekonomiju preko mjera i instrumenata koja jedna ili više država preduzima da bi direktno ili indirektno regulisala odvijanje privrednih veza sa inozemstvom, ali i ekonomska moć i interesi mogu značajno utjecati na kreatore vanjske politike. U eri opšte globalizacije i tranzicije, pristupanje BiH Europskoj uniji se smatra strateškim prioritetom. Integrisanje BiH u EU je veoma značajan proces koji zahtijeva temeljite promjene u društvu, te je stoga neophodno uključivanje i puni angažman svih društvenih, a posebno ekonomskih subjekata u BiH. U tom smislu, glavni ciljevi su: povećanje proizvodnje i izvoza, kontinuirana rekonstrukcija privrednih subjekata i uvođenje europskih i svjetskih standarda u poslovne sisteme. Privlačenje SDU je od velikog značaja za države tranzicije, jer kapital, tehnologija, menadžerska i organizaciona znanja koje one donose, utiču na stvaranje, održavanje i rast njihove konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu. One bi trebalo da povećaju: zaposlenost, produktivnost rada, agregatnu ponudu, konkurentnost i izvoz države uvoznice. Veliki broj poduzeća u suvremenoj privredi nema dovoljno sopstvenih resursa da samostalno ostvare konkurentsku prednost. Smatra se da su međunarodne alijanse ili koalicije sredstava za sprovođenje uspješnih strategija koje obezbjeđuju konkurentsku prednost, sve više prisutne u globalnoj privredi. Modernizacija poslovanja i standardizacija podrazumjeva proaktivni odnos domaćih poduzeća prema promjenama u sferi novih tehnoloških dostignuća i spremnost za njihovu implementaciju u praksi. Osim novih tehnologija, modernizaciji poslovanja doprinosi i usvajanje i praktična primjena novih teorijskih doktrina u oblasti upravljanja i korišćenja ljudskih i materijalnih resursa. Za konkurentnost jedne ekonomije klasteri su od velike važnosti jer je cilj njihovog osnivanja povećanje produktivnosti sa kojom će poduzeća biti konkurentnija. To je koncentracija međusobno povezanih kompanija, specijalizovanih snabdjevača, pružaoca usluga, savjetodavnih, naučnih i drugih institucija u određenom sektoru. Treba istaći da BiH ukoliko želi da napreduje, mora na svaki način da podržava razvoj malih i srednjih poduzeća u svim sektorima i branšama, a poduzeća ukoliko žele ozbiljnije da nastupe moraju da pristupe nekom od vidova udruživanja. Kao najperspektivniji i najučinkovitiji oblik udruživanja za njih se nameće udruživanje u klastere. Uspostavljanje Agencije za promociju izvoza za cijelu BiH - Uspostava API je najznačajnija inicijativa kao potpora za unaprjeđenje učinka bh. izvoza. Agencija za promociju izvoza je imenovano tijelo u BiH da kompanijama pruža pomoć za izvoz i daje savjete o kvalitetu koji će odgovarati podršci koja je dostupna drugim izvoznicima, u regionu a i šire. Edukacija i informisanje izvoznika i promotivne aktivnosti na podizanju svijesti o važnosti izvoza su važne pretpostavke za povećanje izvoza. Razvoj ljudskih resursa i ljudskog kapitala je jedan od najvažnijih preduslova za povećanje produktivnosti i konkurentnosti koji vode povećanju izvozne baze i vanjskotrgovinske razmjene BiH. Također, dodatno obrazovanje potiče inovativnost, vještine, stvaranje i plasman novih proizvoda te otvaranje novih poduzeća u granama u kojima BiH ima kompetitivne prednosti. Kreiranje izvozne strategije bosanskohercegovačkih proizvodnih poduzeća uveliko je opterećeno neadekvatno postavljenim i neimplementiranim vanjskotrgovinskim politikama, što u značajnoj mjeri otežava izvoz i ukupno poslovanje domaćih proizvodnih izvoznih poduzeća. Potrebno je shvatiti važnost autohtone industrije i uspostaviti bitne programe da bi se podstaklo poduzetništvo i ekspanzija poslovanja. Takođe je potrebno naglasak staviti na omogućavanje pristupa za svježi kapital i na mjere unapređenja konkurentkosti izvoza proizvodnih poduzeća kroz inovacije i bolje menadžerske sposobnosti.

# LITERATURA:

1. Andrijanić I., Vanjska trgovina - kako poslovati s inozemstvom, Mikrorad, Zagreb, 2001.
2. Grgurević N., Uticaj direktnih stranih investicija na zemlje u tranziciji, Anali poslovne ekonomije br. 8, godina V, Banja Luka, 2013.
3. Ilić A., Agencije za kreditiranje izvoza kao dio sistema podrške izvozu, Beograd, 2008. - http://www.sef.rs (pristup 17.07.2016.)
4. Izvozno vijeće BiH, „Nacrt strategije rasta izvoza BiH od 2012. do 2015.g.“, Sarajevo, 2011.
5. Jovičić J., Inovacije kao čimbenik konkurentnosti privrede s osvrtom na Bosnu i Hercegovinu, “Obrazovanje za poduzetništvo - E4E”, Vol. 6, No.1, Zagreb, 2016.
6. Klapić M. i ostali, Strane direktne investicije (SDI) u zemljama u razvoju s posebnim osvrtom na zemlje jugoistočne Europe, “Ekonomski vjesnik”, 1/13, Tuzla, 2013.
7. Milovanović R., Kvalitet i konkurentnost, 9. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem "QUALITY 2015", Neum, 2015.
8. Morrissey G., Saraba M., EU EXPRO - Dokument o politici 2, Preporuke o koordinaciji institucija koje se bave promocijom izvoza, Sarajevo, 2007.
9. Predojević R., Proces globalizacije tržišta i njen uticaj na poslovanje preduzeća, Savremena ekonomska misao, broj 2, Centar za unapređenje korporativnog upravljanja, Banja Luka, 2016.
10. Prijedlog mjera za poboljšanje poslovnog ambijenta INFOKOM – broj 62, Sarajevo, 2015.
11. Rahimić Z., Kvalitet proizvoda kao temeljni oslonac konkurentnosti preduzeća, 3. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem “KVALITET 2003”, Zenica, 2003.
12. Rakita B., Međunarodni biznis i menadžment, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.
13. Sendić R., Strategije ulaska na inostrana tržišta, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2010.
14. Šapić S., Upravljanje međunarodnom marketing komunikacijom, “Ekonomski horizonti”, br.1-2, Kragujevac, 2004.
15. Vanjskotrgovinska komora BiH , INFOKOM Broj 63, Sarajevo, 2015.
16. VTK Bosne i Hercegovine, Informacija o aktualnoj situaciji u vanjskorgovinskoj razmjeni BiH s posebnim osvrtom na poziciju Vanjskotrgovinske komore BiHe u unapređivanju izvoza - https://www.parlament.ba (pristup 17. 07. 2016)
17. Zakon o vanjskotrgovinskoj politici Bosne i Hercegovine (“Službeni glasnik Bosne i Hercegovine”, broj 7/98 i 35/04).

1. *Primljeno: 22.02.2018; Prihvaćeno:15.04.2018 Submitted: 22-02-2018; Accepted: 15-04-2018*

   **\* Dr. sc. Sanja Zekić, docent,** Fakultet poslovne ekonomije, Sveučilište ,,Vitez,, Travnik, e-mail:[sanjaz13@gmail.com](mailto:sanjaz13@gmail.com) **\*\* Dr. sc. Jamila Jaganjac, vanredni profesor**,Fakultet poslovne ekonomije, Sveučilište ,,Vitez,, Travnik, e-mail:[jamila.jaganjac@unvi.edu.ba](mailto:jamila.jaganjac@unvi.edu.ba)**\*\*\* Dr. sc. Fahrudin Fehrić, vanredni profesor**,Fakultet poslovne ekonomije Sveučilište ,,Vitez,, Travnik,e-mail:[fahrudin.fehric@unvi.edu.ba](mailto:fahrudin.fehric@unvi.edu.ba) [↑](#footnote-ref-1)
2. Sendić R., *Strategije ulaska na inostrana tržišta*, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2010., str. 316. [↑](#footnote-ref-2)
3. Babić, 2003 [↑](#footnote-ref-3)
4. Morrissey G., Saraba M., EU EXPRO - Dokument o politici 2, Preporuke o koordinaciji institucija koje se bave promocijom izvoza, Sarajevo, 2007. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ibidem. [↑](#footnote-ref-5)