

Al Jazeera 3.03.2020.

# Kako ostvariti profit u regiji koju napušta stanovništvo?

*Proces iseljavanja stanovništva iz zemalja regije je donio brojne turbulencije privredi, osim bankarskom sektoru.*



Piše: Alen Jazić



Proces iseljavanja stanovništva iz zemalja regije je donio brojne turbulencije privredi. Pored sve češćeg nedostatka kvalifikovane radne snage, osjeti se i nedostatak potrošača za proizvedene i na tržište plasirane proizvode. Neki osnovni prehrambeni artikli, poput proizvodnje i prodaje hljeba trpe ne samo stagnaciju, nego i osjetan pad proizvodnje. Dovoljno je pogledati godišnje izvještaje statističkih agencija zemalja Zapadnog Balkana.

Iako industrijska proizvodnja ima relativno mali udio u tržištu pekarskih proizvoda u odnosu na sve veći broj individualnih pekarskih obrta, od 5 do 15 posto u zavisnosti od zemlje, osjetan je pad prodaje. Ne žele govoriti o procentima, jer su preuzimanja velikih kompanija od prijašnjih vlasnika uzrokovala nepoznavanjem nekadašnjih podataka potrebnih za usporedbu. S druge strane „mali“ pekari su puno otvoreniji.

„Manji je promet na samoj pekari, ali zato razvozimo hljeb po radnjama. Da, osjetimo da je stanovništva manje, ali ne znam koliko je iseljavanje problem. Možda ima više konkurentskih pekara? Puno ih radi i na crno“, smatra vlasnik obrta Pekara Huseinbašić.

## Manipulacije s gramažama

On i slični ne mogu računati na izvoz, ali mogu na turiste koji su ipak drugačijeg mentaliteta i navika u potrošnji hljeba i pekarskih proizvoda. S poznatim uslovima tržišta i malim prostorom za povećanje cijena, do veće zarade se mora doći na druge načine. Posljednjih godina primjećujemo poznate artikle sa smanjenom gramažom. I to nije stvar samo jedne države.

„Nažalost dovijanje trgovaca u poslovanju je fenomen pakiranja. Proizvodi su praktično iste veličine da optički zavaraju potrošača, ali težinski omjeri su sve manji. Zato je dobro da potrošači stalno gledaju kolike su jedinične cijene proizvoda (kg, litra). Ali i tu se dovijaju, jer državni inspektori baš i ne rade svoj posao na zaštiti potrošača. U konkretnom slučaju dopuštaju da su te cijene veličine malog mrava, gotovo nevidljive s naočalama. Čemu onda služe, osim da inspektori konstatuju da su tu. A što ih se ne može vidjeti i pročitati ništa ne znači. Građani se bezuspješno bune“, smatra Tomislav Lončar, tajnik Hrvatske udruge za zaštitu potrošača.

Navodi primjer keksa poznatog regionalnog proizvođača koji se pakovao u količini od 500 g, pa onda 350 g, pa sada 330 i 300 grama, a kutija je uvijek iste veličine. Čokolade od 100 grama na tržištu skoro da i nema, a cijene su uvijek iste.

## Bankarski sektor

Građani imaju najveće primjedbe na finansijske institucije. Bankarski sektor bilježi rekorde i profit se uvećava, uprkos sve manjem broju klijenata. Nesumnjivo se susreću s problemom smanjenja broja aktivnih korisnika usluga, najvećim dijelom zbog migracije i odlaska stanovništva. No, osim samohvale o poslovnim uspjesima nisu spremni otvoreno govoriti kako uspijevaju zaraditi više.

„Kompensacija smanjene klijentske baze koja je trebala da generiše rast prihoda, svaljuje se na pleća postojećih klijenata koji plaćaju dosta veće naknde bankama kako bi dostigle planirane prihode i očekivanu dobit. Iz godine u godinu čitamo da banke ostvaruju veći profit, a isti se usljed smanjenja kamatnih stopa na tržištu najviše ostvaruje kroz povećanje prihoda od naknada i smanjenje troškova“, navodi čovjek sa 20-godišnjim iskustvom u srednjem menadžmentu u brojnim bh. bankama, a koji je odbio otkriti identitet.

„Regulatori (Agencije za bankarstvo u oba bh. entiteta) uglavnom ostaju slijepi na ove postupke banaka, jer veoma često su i sami uposlenici ovih agencija, pod uticajem su bankara ili su povezani kroz rodbinske veze. Veze kao bivši uposlenici banaka, veze po političkim linijama ili nekim drugim interesnim sferama koji ih onemogućavaju da reaguje adekvatno i zaštite potrošače/korisnike bankarskih usluga od nepoštenog uvođenja ili

povećanja postojećih naknada po uslugama koje koriste“, smatra izvor Al Jazeera.

Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga jasno određuje da su finansijske institucije koje pružaju svoje usluge u BiH obavezni da u Ugovorima sa korisnikom preciziraju koje su to kamate i naknade promjenjive prirode i da jasno odrede način i uzroke koji mogu dovesti do njihove promjene. Postavlja se pitanje da li je to uvijek tako?

„Danas smo svjedoci sve češćih jednostranih izmjena postojećih Ugovorom definisanih uvjeta, prije svega naknada po proizvodima koji korisnici koriste (najčešće u segment kartičnog poslovanja), a da nam finansijske institucije (najčešće Banke) samo u izvodima u napomeni sitnim slovima jave koje se naknade mijenjaju ili dodatno uvode, bez jasnog obrazloženja zašto se to čini. Klijenti u velikoj većini ne reaguju na ovakvu praksu iza kojeg se ne krije nikakav tržišno valjan razlog već isključivo želja Banaka da ostvare budžetirane prihode“, zaključuje bankar.

## **Novi izvori profita**

Ekonomski analitičar Admir Čavalić ističe još jedan bitan segment poslovanja finansijskog sektora u ovom dijelu Evrope, koji može biti razlog sporijeg razvoja privrede, a onda posredno i depopulacije.

„Osnovna funkcija finansijskih institucija je da efektivno vrše prenos sredstava od novčano suficitarnih do novčano deficitiranih jedinica. Tako treba posmatrati i uloge banaka u našem društvu. Ono što je problem po tom pitanju, jeste još uvijek nedovoljan nivo socijalnog kapitala – povjerenja, što čini banke veoma konzervativnim, odnosno nespremnim na rizike. Ovo svakako naglašava i uopšteno nerazvijeno tržište kapitala. Konkretni rezultat navedenog je da poduzetnici nemaju adekvatnu podršku finansijskog sektora, naročito u početnim fazama svog djelovanja kada se najviše odlučuje o potencijalnoj sudbini novog poduzeća. Navedeno predstavlja izuzetan problem za mlade poduzetnike, što se vjerovatno može dovesti i u kontekstu odlaska ovih profila – poduzetnika, ne nužno radnika. Problem je što u konačnici ne možemo procijeniti stvarni trošak odlaska jednog poduzetnika koji je u perspektivi mogao stvoriti novu vrijednost i otvoriti preko 1.000 radnih mjesta.“

Rast profita i uspješnosti poslovanja će se u mnogim sferama privrede i uslužnih djelatnosti morati potražiti u izvozu i turizmu i mogućnostima koje oni nude.

„Izuzev Hrvatske, turizam ne predstavlja značajan dio bruto domaćih proizvoda zemalja regiona. Posljedično, ne nosi potencijal za rješavanje pitanja odlaska i uopšteno izostanka viših stopa ekonomskog rasta. Za Hrvatsku je svakako, razumijevajući sezonski karakter turizma, rizično da

ima preko 15 posto učešća turizma u bruto domaćem proizvodu. Turizam svakako nosi niz drugih benefita, ali ne može biti temelj razvoja. Sa druge strane jačanje izvoznih aktivnosti stvara pretpostavke za dugoročni razvoj regiona i zadržavanje radne snage. Geografski položaj, relativno niski porezi na kapital, tradicionalne veze sa Zapadnom Evropom, naročito Njemačkom, kao i niz drugih faktora, čine region Zapadnog Balkana primamljivim za velike evropske kompanije, u smislu izgradnje fabrika. Naravno, najveći problem ostaje politička, pravna i bilo kakva druga nestabilnost koja utječe na nizak nivo stranih direktnih investicija, izuzev Srbije koja u posljednjih nekoliko godina ima dobre rezultate u ovoj oblasti“, navodi Čavalić.

Ako je i nedostatak moralnosti u poslovanju još jedan od razloga, mada ne izum ovoga kraja, onda se proces iseljavanja uskoro neće zaustaviti.

*Izvor: Al Jazeera*