

BIOGRAFIJA



Lični podaci:

- IME I PREZIME: Đorđe Lazić
- DATUM ROĐENJA, OPŠTINA, DRŽAVA: 09.02.1977. Jajce, Bosna i Hercegovina
- KONTAKT TELEFON: +38765/ 480 404
- e- mail: djordjebn@gmail.com
- MJESTO PREBIVALIŠTA: Vojvode Putnika 29, Bijeljina

Obrazovanje:

- 1992-1995: Srednja tehnička škola „Mihajlo Pupin“, Bijeljina
- 1995-1998: Srednja muzička škola „Stevan Stojanović Mokranjac“, Bijeljina
- 1999-2005: Ekonomski fakultet Pale, Univerzitet u Istočnom Sarajevu.
 - ❖ Smjer: Finansije i spoljnotrgovinsko poslovanje.
 - ❖ Naslov diplomskog rada:
 - ***Korporativno upravljanje i zaštita manjinskih akcionara.***
- 2005-2010: Magistarske akademske studije, Ekonomski fakultet Pale, Univerzitet u Istočnom Sarajevu.
 - ❖ Uža naučna oblast: Međunarodni biznis i marketing.
 - ❖ Naslov magistarske teze:
 - ❖ ***Onlajn marketing u bankarskom poslovanju.***
- 2013-2018: Doktorske akademske studije po starom kurikulumu, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina - Univerzitet u Istočnom Sarajevu
 - ❖ Uža naučna oblast: Monetarna ekonomija i finansije.
 - ❖ Naslov doktorske teze:
 - ***Uticaj valutnog odbora na ciljeve ekonomske politike i makroekonomsku stabilnost Bosne i Hercegovine***

STRUČNA BIOGRAFIJA

Od 2005 do 2012. godine bio u radnom odnosu u Ekonomskoj školi u Bijeljini na mjestu profesora ekonomske grupe predmeta. Nastavu izvodio iz predmeta marketing, monetarna ekonomija, bankarsko poslovanje, bankarska obuka, ekonomija i informatika. U toku rada u Ekonomskoj školi direktno sam učestvovao u izradi planova i programa za zanimanje Bankarski tehničar koje je uvršteno u nomenklaturu zanimanja u Republičkom pedagoškom zavodu Republike Srpske¹.

U periodu od 2012.do 2019. bio zaposlen u multinacionalnoj kompaniji Phoenix Pharma DOO Bijeljina. Obavljao poslove menadžera ključnih kupaca (*Key Account Management*) za oblast Bosna sjevero-istok. Poslovi koje sam obavljao su vezani za unapređenje prodaje postojećih kupaca i razvoj tržišta.

Od 10.01.2019. do 24.06. zaposlen u Vladi Republike Srpske – Ministarstvo trgovine i turizma na mjestu šefa kabineta ministra.

Od 25.06. do 30.09.2021. – obavljao funkciju generalnog direktora u JU dječiji vrtić “Čika Jova Zmaj” Bijeljina.

Od 01.10.2021. – na funkciji Prvi zamjenik direktora – rukovodilac bolnice u JZU “Zdravstveni centar Brčko”, Brčko distrikt Bosne i Hercegovine.

Reference

- Licenca za obrazovno – vaspitni rad, djelovodni broj 6-01-2586/07, datum 17.02.2007. godine, Na osnovu člana 97. Zakona o srednjoj školi („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 38/04) i člana 8. Pravilnika o stručnom usavršavanju, ocjenjivanju i profesionalnom napredovanju nastavnika, stručnih saradnika i vaspitača („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 109/04) Ministarstvo prosvjete i kulture Republike Srpske.
- Savjetnik, djelovodni broj 07/2.01/01-614-49/40/10, datum 27.12.2010. godine po osnovu sticanja diplome magistra ekonomskih nauka stekao zvanje savjetnik, na osnovu člana 82. Stav 2. Zakona o republičkoj upravi („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 118/08 i 11/09) i članova 26. i 28. Pravilnika o stručnom usavršavanju saradnika i direktora Republike Srpske („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 78/06). Rješenje je izdato od strane Ministarstva prosvjete i kulture.
- Certifikat o završenom programu obuke iz informatike, djelovodni broj 07/2.01/03-614-66/10, datum 29.05.2010. godine. Certifikat izdat od strane Ministarstva prosvjete i kulture i Republičkog pedagoškog zavoda. MC Windows – svi aplikativni softveri – napredni korisnik. Pored navedenog operativnog sistema koristim i druge softvere kao što je SAP, URA, IMS – Market Viewer, Sales Vision, SPSS, EViews.

¹ http://www.rpz-rs.org/index.php?option=btg_program_zanimanja&struka=11&zanimanje=131#.VNs6eaG8Qs .

- Certifikat o završenom kursu engleskog jezika - (Upper-Intermediate/FCC; CEFR B1 **), Certificate No.: An V115771, Jun 20, 2011, Anglia Foreign Language School.
- Stalni sudski vještak iz oblasti ekonomske struke, broj rješenja: 097–0–Su-16-000 045, 2016.
- Stečajni upravnik, broj rješenja: 096–0–Su-16-000 163, 2016.
- Licencirani ovlašteni interni revizor u javnom sektoru, broj 189/19. Licencu izdalo Ministarstvo finansija Republike Srpske – Centralna jedinica za harmonizaciju finansijskog upravljanja i kontrole i interne revizije.
- Član Evropske asocijacije za razvojnu političku ekonomiju. European Association for Evolutionary Political Economy osnovana 1988, sjedište u Rimu u Italiji. <https://eaepe.org/>

BIBLIOGRAFIJA

Objavljene knjige:

1. Bankarsko poslovanje 1, za 1 razred srednje škole; struka: ekonomija, pravo i trgovina; zanimanje: bankarski tehničar, prvo izdanje ISBN 978-99955-1-071-8, Istočno Sarajevo: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva 2012.
2. Bankarsko poslovanje 2, za 2 razred srednje škole; struka: ekonomija, pravo i trgovina; zanimanje: bankarski tehničar prvo izdanje ISBN 978-99955-1-115-9, Istočno Sarajevo: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva 2013.

Spisak objavljenih radova u naučnim časopisima, zbornicima radova i učešće na međunarodnim konferencijama:

3. **Lazić Đ. (2008). *Unapređenje funkcionisanja javnog sektora primjenom marketinga.* Novi ekonomist, br. 3, januar - jun. Izdavač: Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Fakultet spoljne trgovine, Bijeljina, (ISSN 1840-2313).**

U radu je predstavljena uloga marketinga u unapređenju izvedbe javnog sektora putem zadovoljenja potreba građana. Uzimajući u obzir da globalizacija predstavlja jedan od ekonomskih trendova u svijetu ni vladine agencije ne ostaju imune na taj proces. Tačnije, ako malo bolje pogledamo primjetićemo da stvarni svijet predstavlja mjesto u kojem izvršne vlasti odgovaraju potrebama građana i na taj način doprinose društvenom i ekonomskom dobru kao i samom okruženju jedne države. Nudeći kvalitetne programe i projekte javne agencije mogu da uvećaju interes građana, prihode i zadovoljstvo. Agencije ulazeći u partnerstva sa privatnim sektorom mogu proširiti opsege u domenu usluga i unaprijediti životni ambijent svojih građana. Primjenom marketinga u javnom sektoru kao i njegovih principa i strategija može se uočiti jasna veza između ispunjenja potreba građana i poboljšanja izgradnje javnih agencija što se ujedno može postaviti i kao cilj.

Težište same teme bazira se na načinu upotrebe dokazanih principa i tehnika marketinga da se ovi ciljevi ostvare, odnosno da se odaberu ciljevi koji doprinose opštem dobru. Treba imati i u vidu da se dobro u okviru javnog sektora posmatra kao društveno dobro, ekonomsko dobro i ekološko dobro. Ova tri pojma mogu predstavljati jedan trostruki bilans u okviru kojeg javne agencije treba da ostvare pozitivne rezultate.

Marketing u javnom sektoru je jedno od najneistraženijih područja od strane službenika iz javnog sektora. S tim u vezi marketing postaje najbolja platforma za planiranje u javnoj agenciji koja želi ispuniti potrebe građana i isporučiti im stvarnu vrijednost. Ako analiziramo formulu privatnog sektora koja se bazira na zadovoljstvu klijenata i stvaranju vrijednosti za iste, u javnom sektoru ova formula bi mogla da glasi: zadovoljstvo građana i stvaranje vrijednosti za iste.

4. Lazić Đ. (2010). *Strategije distributivnih kanala u bankarskom poslovanju*. Novi ekonomist, br. 8, jul - decembar. Izdavač: Univerzitetu Istočnom Sarajevu, Fakultet za poslovnu ekonomiju, Bijeljina, (ISSN 1840-2313).

U ovom radu obrađena je primjena elektronskog bankarstva u eri elektronskog poslovanja. Da bi odgovorile zahtjevima u novom milenijumu banke će morati ulagati isti napor u praćenju i analizi kako tradicionalnih tako i elektronskih tržišta. To znači uključenje internet marketinga u osnovne ciljeve i strategije bankarskog poslovanja. Razvoj onlajn bankarskog marketinga baziraće se na digitalnim aktivnostima koje će zadržati isti pravac, a to je fokus na klijente. Teren na kojem banka razvija onlajn marketing aktivnosti vodi na veb sajt banke kao prostor na kome se postiže interakcija sa svim veb sajt posjetiocima koji prvi put posjećuju sajt banke pa do konačnog njihovog prevođenja u onlajn klijente. Takav pristup zahtijeva sa jedne strane definisanje generičkih internet marketing strategija i modela koji će djelovati preko veb sajta banke na veb sajt posjetioce i klijente. Sa druge strane to će zahtijevati direktnu podršku biznis inteligencije, njegovih alata i konstantnu primjenu CRM modela kao izvora informacija o digitalnim potrošačkim tačkama. Jaka primjena CRM-a i biznis inteligencije vodiće i formiranju djelotvornijih internet marketing strategija. Istraživanja su pokazala da je prodati bankarski proizvod novom klijentu šest puta skuplje nego prodati postojećem klijentu, da će jedan prosječan nezadovoljan bankarski klijent upoznati sa svojim lošim iskustvom 8-10 osoba, da od 15 najčešće citiranih nezadovoljstava bankarskih klijenata 12 se odnosi na lošu uslugu klijentu, da 70% bankarskih klijenata koji su bili nezadovoljni izvršenom uslugom će koristiti ponovo ako je uzrok njihovog nezadovoljstva brzo otklonjen, te da banke mogu povećati svoje profite i do 85% ako bi povećale svoje godišnje zadržavanje klijenata za 5%, onda postoje jaki razlozi za razvoj onlajn bankarskog poslovanja koje će konstantno biti praćeno analizom biznis inteligencije i unapređenjem odnosa sa klijentima.

Ovakvi rezultati predstavljaju temelje za nova istraživanja i razvoj e-kvaliteta bankarskih proizvoda i usluga.

5. Lazić Đ. i Tomić S. (2010). *Internet marketing i onlajn bankarske marketing strategije*. deseta međunarodna konferencija E-trgovina 2010, Palić, Srbija, (ISBN-987-86-9100393-7).

U ovom radu fokus je na komercijalnom bankarstvu u Bosni i Hercegovini i okruženju i internetu kao marketinškom distributivnom kanal koji će promijeniti već višedimenzionalnu strukturu maloprodajnih bankarskih distributivnih kanala. Jedna od tema u sklopu ove je uloga digitalnog novca u finansijskom sistemu. Osnovna promjena u strukturama ogleda se u odluci banke koje će potrošačke segmente ciljati i koje će geografske oblasti pokrivati. Slične promjene će doživjeti i druge industrije kojima će internet poslužiti kao distributivni kanal u distribuiranju softvera, osiguranja i slično. Na osnovu ova dva cilja segmentiranja banaka kandidat je obradio četiri strategije kanala distribucije i jednu dualnu strategiju, gdje svaka strategija ima svoje prednosti i nedostatke. Postojanje prepreka za upotrebu interneta kao distributivnog kanala predstavlja ključnu ulogu u prognoziranju razvoja ovog kanala marketinga. Iz ovog razloga neophodno je sprovoditi još istraživanja o preprekama u upotrebi interneta i analizirati efekte upotrebe interneta u različitim svrhama. Još jedna ključna oblast u upotrebi internet bankarstva jeste analiza klijenata koji su spremni za internet bankarstvo. Svakako, u pogledu sprovođenja ovih strategija treba uzeti u obzir i mogućnost postojanja konflikta u transformaciji filijalskog bankarstva i internet bankarstva koji mogu nastati u pogledu bankarskih kadrova. Jedna od tema u sklopu ove tema je uloga digitalnog novca u finansijskom sistemu.

6. Lazić Đ. (2011). *Implementacija elektronskog upravljanja odnosima sa klijentima u bankarskom poslovanju. druga međunarodna konferencija: Informatione i komunikacione tehnologije za mala i srednja preduzeća (Information and Communication Technologies for Small and Medium Enterprises ICT-SME's-2011), Arandelovac, Srbija, (ISBN 978-86-7672-140-5).*

U ovom radu obrađeno je elektronsko bankarsko poslovanje koje pruža znatno veće mogućnosti u odnosu na tradicionalno bankarsko poslovanje, kao i mogućnosti kreiranja odnosa sa klijentima konceptom *Customer Relationship Management - CRM*. U radu se za primjer prezentovao samo jedan segment odnosa klijenata prema CRM konceptu i to u oblasti elektronskog bankarstva kao segmenta elektronskog poslovanja a ujedno i najplodnijeg tla za razvoj elektronskog poslovanja. U svom istraživanju dokazano je da u urbanoj populaciji elektronsko bankarstvo se upotrebljava 33%. Nalaz istovremeno pokazuje veliko neslaganje po pitanju razvijenosti elektronskog poslovanja između BiH i EU. Potrošački stavovi o primjeni elektronskog poslovanja odlikuju se primjerenim rizikom a za klijente poseban problem predstavljaju hakeri i prevare, povjerenje, upotreba plastičnih kartica, svijest, iskustvo sa računarima i iskustvo sa veb tehnologijama. U skladu sa ovim nalazima, elektronsko poslovanje u BiH mora da se razvija u duhu primjene kako standardnog tako elektronskog CRM modela. Upotreba upravljanja odnosima sa potrošačima – CRM modela pomoću veb tehnologija predstavlja fundamentalnu prednost. CRM i e-CRM svojom integracijom u arhitekturu dugoročne poslovne strategije kompanija treba dati vidljive rezultate u niskim troškovima, ponovljenim transakcijama, tranzicijom sa oflajn posjetilaca u onlajn posjetioce veb sajta kompanija preko kojih postaju lojalni onlajn kupci kompanijinih proizvoda ili usluga. Ključna aktivnost za primjenu CRM modela je obezbjeđivanje angažovanja klijenta preko dodirnih tačaka kako oflajn tako i onlajn čim banke mogu uticati na izgradnju svijesti o proizvodima i

uslugama i drugim elementima koji će ići u smjeru zadržavanja klijenata upotrebom digitalnog novca kao jedne od osnovnih baza efikasnog poslovanja.

Kandidat vidi koncept CRM-a u budućnosti znatno širi i sveobuhvatniji kako bi se moglo ići u korak sa sve sofisticiranijim klijentima ali i sa klijentima koji su spremni da budu učesnici u kreiranju konačnog proizvoda i usluge. Ovaj koncept će se proširiti i na upravljanje odnosima sa potrošačkim zajednicama, dobavljačima, državom, poslovnim partnerima i drugim organizacijama. Banke će morati razmatrati mogućnosti i strategije kojima će se održati na tržištu i biti konkurentne a istovremeno ostvariti zadovoljstvo svih učesnika u međusobnim odnosima.

7. **Mešić I, Lazić Đ. i Unkić F (2012). *Upravljanje odnosima sa klijentima u e-poslovanju*. BiH Ekonomski forum, časopis Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici, godina 3, broj 4, Zenica 2012, (ISSN 1986-681X).**

Pred kompanijama se oduvijek postavljao zadatak kako zadržati klijente sa kojima se ostavila poslovna saradnja. E-poslovanje po svojim specifičnostima predstavlja poslovanje koje u principu nema neposrednog fizičkog kontakta sa klijentima. Kompletan proces poslovanja se odvija u virtuelnom svijetu. Stoga se s pravom postavlja pitanje kako u virtuelnom svijetu upravljati odnosima s klijentima (CRM). Odnosi sa klijentima u elektronskom poslovanju predstavljaju novu fazu razvoja marketinga. Ovi odnosi ogledaju se u razvoju bliskih odnosa i saradnje kompanija sa partnerima, kupcima i dobavljačima na internetu. Kompanije razvojem e-odnosa stvaraju konkurentsku prednost, a istovremeno uvođenjem koncepta CRM ostvaruju zadovoljstvo i lojalnost njihovih klijenata u e-poslovanju.

Cilj ovog rada je da na osnovu izvedenog istraživanja odredi koliko su kompanije upoznate sa konceptom CRM-a i da li ga koriste u upravljanju u odnosima sa klijentima u elektronskom poslovanju. U radu je ispitano koliko se globalni trendovi poslovanja primjenjuju u bosanskohercegovačkim kompanijama koje se bave elektronskim poslovanjem i koliko su iste upoznate sa konceptom CRM-a. Došlo se do informacija o tome koliko su ujedinjeni prodaja, marketing i usluge klijentima u stvaranju jedinstvenog fronta naspram krajnjeg klijenta. Pored toga, predstavljene su informacije o tome koliko kompanija ima neko softversko rješenje kao podršku prodaji i koje kanale komunikacije koriste.

8. **Salkić A. i Lazić Đ. (2015). *Komparacija tradicionalne kreditne analize i donošenja odluka u kreditnom poslovanju sa fizičkim licima zasnovanog na scoring sistemima*. Novi ekonomist, br. 18, jul - decembar. Izdavač: Univerzitetu Istočnom Sarajevu, Fakultet za poslovnu ekonomiju, Bijeljina, (ISSN 1840-2313).
UDK:005.334:336.71 DOI: 10.7251/NOE1518069S).**

Rastuća kompleksnost poslovanja u bankarskom sektoru, velik broj bankarskih proizvoda, kao i potreba za brzim donošenjem odluka od strane nosioca kompetencija naglašavaju značaj potrebe za kvalitetnim podacima i pokazateljima na kojima će se bazirati donošenje odluke o (ne) odobrenju kreditnog zaduženja. Donošenje odluka u kreditnom poslovanju zasnovano na

tradicionalnoj finansijskoj analizi zbog niza nedostataka ne zadovoljava zahtjeve modernog bankarstva.

Upravo zbog toga danas lideri u svijetu finansijskih institucija upotrebljavaju rejting sisteme i skoring modele koji eliminišu subjektivnost i pristrasnost u kreditnom odlučivanju, ubrzavaju donošenje odluka u kreditnom procesu i efikasniji su. U Bosni i Hercegovini veći broj banaka ima implementirane kreditne rejting sisteme i skoring modele u procesu kreditnog odlučivanja. Banke koje imaju uvedene rejting sisteme su banke u stranom vlasništvu. Određen broj banaka ne koristi rejting sisteme za procjenu kreditne sposobnosti klijenata, iako Bazelski sporazum preporučuje uvođenje rejting sistema u proces kreditnog odlučivanja. Od anketiranih banaka 75% ima organizovan poseban odjel za ocjenu kreditnih rizika. Ovo podrazumijeva da su zaposlenici banke posebno obučeni za procjenu kreditne sposobnosti fizičkih i pravnih lica. Način donošenja odluka o kreditnim zahtjevima klijenata je u većini slučajeva decentralizovan. Odluke o odobravanju kredita donose na raznim nivoima i organizacionim dijelovima banke. Ovakav način donošenja odluka korenspondira sa korištenjem rejting sistema za procjenu kreditne sposobnosti klijenata.

9. Lazić Đ. i Plakalović N. (2017). *Procjena realnog deviznog kursa u Bosni i Hercegovini na bazi pristupa makroekonomske ravnoteže*. V Internacionalni naučni skup EKONBIZ 2017, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina, (ISBN 978-99955-45-25-3).

Zadatak koji je postavljen u ovom radu je izračunavanje i prilagođavanje realnog i ravnotežnog deviznog kursa koji bi osigurao ravnotežni nivo tekućeg računa na osnovu primjene koncepta makroekonomske ravnoteže u Bosni i Hercegovini. U radu se pošlo od tradicionalne i savremene teorije deviznog kursa. U posebnom dijelu je razmatran koncept makroekonomske ravnoteže kao mapa puta za analizu ravnotežnog deviznog kursa u Bosni i Hercegovini.

Empirijskim i ekonometrijskim obradama je prikazano odstupanje od trenutnog realnog od ravnotežnog deviznog kursa u Bosni i Hercegovini koje se u periodu od 2010. do 2015. kreće u iznosu od 0,26-0,36%. Ovakvo odstupanje je rezultiralo i odstupanjem u osnovnom i izvedenoj normi tekućeg računa za isti period od 1 u 2012 do 0,13% BDP-a u 2015. godini. Krajnji rezultat je apresijacija nominalnog deviznog kursa u indeksu 106,52 i depresijaciji realnog deviznog kursa 96,40 u 2015. godini. Ovakva situacija pogoršava konkurentsku poziciju Bosne i Hercegovine što se ogleda kroz tekući račun zemlje. Rješenje ovakve situacije se vidi kroz targetiranje vrijednosti definisanih parametara u ekonometrijskom modelu koji bi vodili ravnoteži budžetskog bilansa, rasta populacije itd. Praktične implikacije se ogledaju u primjeni ovog modela kroz integraciju sa standardima Međunarodnog monetarnog fonda u domenu izvođenja ravnotežnih vrijednosti deviznog kursa i tekućeg računa platnog bilansa na osnovu određenog modela.

10. Lazić Đ. i Plakalović N. (2018). *Valutna supstitucija u uslovima valutnog odbora u Bosni i Hercegovini*. VII Naučna konferencija sa međunarodnim učešćem Jahorina Business Forum 2018. Jahorina, (ISSN 2303-8969).

Osnovni cilj istraživanja ove teme je da ukaže na negativnu performansu valutnog odbora usljed visokog nivoa valutne supstitucije koja nesumnjivo predstavlja sistemsku opasnost za ekonomiju Bosne i Hercegovine. Visok nivo valutne supstitucije vodi valutnoj neusklađenosti koja se javlja u bilansima banaka kroz odobravanje kredita u lokalnoj na bazi obaveza u stranoj valuti. U tom slučaju, usljed valutne neusklađenosti, neto pozicija u sektoru stanovništva, privrede i države postaje osjetljiva na promjene deviznog kursa što ekonomske učesnike izlaže riziku solventnosti. Krajnji rezultat oglada se u visokoj vjerovatnoći nastanka bankarske i finansijske krize. Rezultati istraživanja potvrđuju hipotezu da suma spoljnog duga i devizne štednje povećavaju rizik finansijske izloženosti zemlje koja može da dovede do finansijske nestabilnosti i krize. Praktične implikacije svode se na preispitivanje uloge valutnog odbora pri visokom nivou indeksa realne valutne supstitucije.

11. Lazić Đ. i Plakalović N. (2018). *Javni dug i centralna banka u uslovima valutnog odbora. VI Internacionalni naučni skup EKONBIZ 2018, Fakultet poslovne ekonomije Bijeljina, (ISSN 1840-2313. (Print) 2566-333X (Online), UDK: 336.273.336.71, DOI: 10.7251/NOE1823055L).*

Predmet i cilj istraživanja u ovom radu bazira se na analizi uticaja centralne banke na javni dug u uslovima valutnog odbora u Bosni i Hercegovini. Konstrukcija rada je postavljena kroz dinamičku analizu odnosa varijabli javnog duga, ponude novca, stanja budžeta vlada Bosne i Hercegovine, tekućeg računa i nominalnog deviznog kursa. Istraživanje pokriva period od 2000. do 2016. godine. Metodologija istraživanja bazira se na upotrebi empirijskih podataka i primjeni vektorskog autoregresionog modela (VAR). Na bazi analize funkcije impulsa i odgovora moguće je ukazati na reakcije promjenljivih varijabli međusobno, sa jedne strane. Sa druge strane, dekompozicijom varijanse kroz model dokazuje se međusobna varijabilnost i međusobni uticaj varijabli za posmatrani period istraživanja. Praktične implikacije rada ogledaju se kroz odgovor koliko monetarne vlasti u uslovima valutnog odbora, usljed endogene ponude novca, doprinose stvaranju budžetskog deficita i javnom zaduženju.

Rast javnog duga Bosne i Hercegovine pogotovo od nastanka svjetske ekonomske krize 2008. godine zaslužuje status visokog praćenja i pažnje. Javni dug Bosne i Hercegovine u periodu 2007-2008. godine se povećao sa 2,7 na 5,7 milijardi KM, odnosno za preko 100%, a od 2008. do 2016. godine se povećavao iz godine u godinu u prosjeku za oko 6%, što čini oko 44% BDP-a. Stanje u kojem javni dug raste brže od BDP-a kroz spiralu će neminovno dovesti u pitanje likvidnost Bosne i Hercegovine. Ovakav trend naslućuje scenario krize koja je pogodila Argentinu poslije 2000. gdje je javni dug porastao sa 44% na preko 150% BDP-a. U ovakvoj situaciji neminovno je ispitati uticaj centralne banke na javni dug, da li ona simetrično ili asimetrično utiče na visinu javnog duga. Činjenica je da javni dug prave vlade prije svega zbog budžetskog deficita i da se taj dug poravnava kroz različite oblike, između ostalog i učešćem centralne banke kroz emisiju novca ili monetizaciju. Na temelju prethodno rečenog i pitanja koja su postavljena u samom radu analizirana je situacija u Bosni i Hercegovini u periodu od 2000. do 2016. na bazi posmatranja vremenskih serija endogenih varijabli ponude novca kroz monetarni agregat M1, nominalni devizni kurs, stanje tekućeg računa, budžetskih prihoda vlada i stanje javnog duga. U interakciji teorijskih i empirijskih vrijednosti, upotrebom

VAR modela može se zaključiti da ponuda novca i javni prihodi imaju autoregresivno kretanje i da vremenom utiču jedni na druge u najvećoj mjeri. Na visinu tekućeg računa platnog bilansa najveći uticaj tokom vremena imaju javni prihodi. Po pitanju javnog duga kroz model se prikazao uticaj ponude novca i stanja tekućeg računa. Ovo praktično znači da je monetarna politika u Bosni i Hercegovini potpuno pasivna, usljed endogene ponude novca, gdje budžetski deficit i platnobilansna neravnoteža vodi povećanju javnog zaduženja, apresijaciji nominalnog deviznog kursa što ne odogovara stanju makroekonomske ravnoteže. Dakle, djelovanje centralne banke u uslovima valutnog odbora je asimetrično jer ne doprinosi postizanju ravnoteže platnog bilansa i makroekonomske stabilnosti.

12. Vitomir J., Lazić Đ. (2021). *Eksterni i interni makroekonomski šokovi u slučaju malih ekonomija sa valutnim odborom*. Vol. 18 (2) 2021 • UDK 33 • ISSN 1820-3159, Megatrend revija 2021, Megatrend Univerzitet, Beograd.

Eksterni i interni ekonomski šokovi mogu ugroziti makroekonomsku stabilnost male privrede. U režimu valutnog odbora ne postoji uloga Centralne banke kao stabilizatora makroekonomije u slučaju eventualnog spoljnog ili unutrašnjeg šoka. U ovom radu istraživanje je zasnovano na analizi osam zemalja sa malim ekonomijama sa valutnim odborima ili diskrecionim monetarnom politikom. Analiziran je uticaj i veze između promjena u EURIBOR-u, kamatnih stopa, inflacije mjerene deflatorom BDP-a, ponude novca i BDP-a u periodu 1997-2015. U radu se dokazuje da su u zemljama sa valutnim odborom, čiji režimi imaju harmonizovan odnos sa Evropskom centralnom bankom i EURIBOR-om, šokovi kamatnih stopa manje izraženi. Analiza veza između EURIBOR-a, kamatnih stopa, novčane mase, inflacije i BDP-a nije statistički značajna u zemljama "eksperimenta". U kontrolnom uzorku zemalja sa varijabilnim deviznim kursom, situacija je heterogena za pojedine zemlje, ali je utvrđena statistička značajnost u odnosu na EURIBOR i inflaciju. Zaključujemo da EURIBOR može biti jedan od generatora egzogenih šokova. U slučaju Bosne i Hercegovine (BiH), postoje mnogo značajniji mehanizmi interne transmisije koji dovode do makroekonomskih neravnoteža. Rastu depozita prethodio je rast kredita i novčane mase. To je dovelo do pada kamatnih stopa na koje Centralna banka BiH, (CBBiH) zbog valutnog odbora, nije mogla uticati. Međutim, pad kamatnih stopa nije davao očekivane rezultate. BDP je smanjen, inflacija se smanjuje, dok je u isto vrijeme visoka stopa nezaposlenosti ostala nepromijenjena. Nominalni kurs domaće valute utvrđen je zakonom, ali je došlo do apresijacije realnog deviznog kursa, koji je uticao na povećanje spoljnotrgovinskog disbalansa.

Rezultat valutnog odbora je stabilnost cijena, stabilnost nominalnog deviznog kursa i rast novčane mase. Negativni rezultati su: apresijacija realnog deviznog kursa, brži rast uvoza i održavanje veoma visoke stope nezaposlenosti. Makroekonomska kretanja u privredi BiH nemaju uvijek pravi kurs koji se može očekivati u zrelih ekonomijama. Dostignuća i mogućnost primjene standardnih makroekonomskih politika su veoma ograničeni.

13. Vitomir J., Lazić Đ. i Plakalović N. (2021). *Analiza Minskijevog momenta u sistemu valutnom odboru BiH*. Vol. 18 (1) 2021 • UDK 33 • ISSN 1820-3159 Megatrend revija 2021, Megatrend Univerzitet, Beograd

U protekloj deceniji svijet se suočavao sa posljedicama svjetske ekonomske krize koja je proglašena 2008 godine. Zajednički sadržilac za sve je finansijska kriza gdje je svaka zemlja na svoj način nosila teret krize i u svakoj zemlji generatori krize su se javljali u odvojenim segmentima. Osamdesetih godina dvadesetog vijeka na ovu temu je pisao američki ekonomista Hajman P. Minski objašnjavajući karakteristike finansijskih kriza u rigidnim finansijskim sistemima.

Cilj ovog rada je da kroz sistem valutnog odbora sagleda uzroke i posljedice krize kroz stvaranje, rast i pucanje kreditnog balona u izdvojenim tržišnim segmentima u Bosni i Hercegovini. Primjenom vektorskog autoregresionog modela (VAR) analizirani su odgovori na šokove evidentirani na strani tražnje za kreditima koji su generisani na tržištima kapitala i građevinskom sektoru i kreditni šok ponude koji se formirao, razvijao i eksplodirao po proglašenju svjetske ekonomske krize u Bosni i Hercegovini.

Interpretacija rezultata u svjetlu hipoteze Minskijevog momenta potkrepljuje se i dodatnom činjenicom da rigidan monetarni sistem kao što je valutni odbor nije pružio potrebne mehanizme za održavanje finansijske stabilnosti. Stabilnost finansijskog sistema Bosne i Hercegovine je sačuvana isključivo voljom majki banaka iz inostranstva čije ćerke učestvuju u finansijskom sistemu Bosne i Hercegovine. Finansijska kriza kao rezultat pucanja balona najviše je pogodila sektor koji se najviše nesmotreno bez ozbiljnog osnova zaduživao i sektore koji su najviše rasli. Odnosno najviše su pogođeni sektor domaćinstva i sektor privrede što se vidi u slabljenju kreditnih aktivnosti u Bosni i Hercegovini poslije 2008 godine uprkos rastu bruto domaćeg proizvoda. Krediti koji su se realizovali poslije 2008 godine uglavnom su usmjereni za održavanje tekuće likvidnosti u oba sektora. Sa druge strane velike zasluge su pripisane valutnom odboru što nije došlo do krize finansijskog sistema i stabilnosti deviznog kursa BAMa. Međutim, niko nije uzeo u obzir rigidnost valutnog odbora od njegovog uvođenja kroz jedini potez koji je centralna banka povukla podizanjem stope obaveznih rezervi u navodnoj zaštiti finansijskog sistema sa 10 na 18%. Sa druge strane nije uzeta dodatna činjenica, po nama ključna, a to je da majke banke čije su centrale u inostranstvu nisu povukle svoje poslovanje preko svojih ćerki banaka u Bosni i Hercegovini i na taj način dovele u pitanje stabilnost finansijskog sistema kroz rizik valutne supstitucije, kontrakcije u monetarnij bazi i količini novca u opticaju i promjene kamatnih stopa na više.

14. Vitomir J., Lazić Đ. (2021). *Ortodoksni valutni odbor i valutni odbori druge generacije - operativni aspekti*. Vol. 31 Br. 53 (2021): Baština

U ovom radu sprovedeno je istraživanje u pet zemalja, u Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Estoniji, Litvaniji i Hong Kongu, čiji monetarni sistemi primjenjuju valutni odbor kao režim monetarne politike. Istraživanje je sprovedeno u periodu od 1995. do 2018. godine. Osnovu istraživanja čini upotreba i analiza zakona o centralnoj banci za svaku navedenu zemlju. Ključne tačke koje su analizirane u svakom zakonu su pravne osnove i monetarne operacije. Na bazi eksploratornog istraživanja i komparativne analize ključnih tačaka došlo se do saznanja da se u pomenutim monetarnim sistemima, koji funkcionišu u valutnom odboru, pojavljuju značajne razlike. Razlike proizlaze iz pravnih osnova u operativnim aspektima primjene monetarnih operacija. Upravo na bazi ovih razlika koje predstavljaju činjenice definisane u pojedinim zakonima nameće se zaključak da danas može sa punim pravom da se govori o dvije vrste valutnih odbora, odnosno o ortodoksnim valutnim odborima i valutnim odborima druge generacije.

Polazeći od osnovnih principa valutnog odbora koji se temelje na zakonskom definisanju propozicija, cilja, organizacije i monetarnih operacija na bazi komparativne analize, može se potvrditi razlika. Sve zemlje eksperimenta sljede pravilo zabrane emisije novca, pokrića monetarne pasive deviznim rezervama i definisanja valute sidra. Međutim, po pitanju zajmodavca u posljednjoj instanci, operacija na otvorenom tržištu, definisanja kamatnih stopa, prometa na tržištu kapitala finansijskim derivatima, zakonski okviri se razlikuju. Bosna i Hercegovina je jedina zemlja koja se u potpunosti uklapa u principe ortodoksnog valutnog odbora dok ostale zemlje imaju određena odstupanja što ih čini valutnim odborima druge generacije. U principu, zemlje sa valutnim odborima druge generacije čine ova odstupanja radi stvaranja kredibiliteta monetarnih vlasti i povjerenja u finansijski sistem. Uzimajući u obzir zakonodavnu podlogu, ni jedan valutni odbor od navedenih nema formalno pravno definisan pristup ekonomskoj politici i njenim ciljevima. Dakle, valutni odbori, bez obzira na to da li je riječ o ortodoksnom pristupu ili o valutnom odboru druge generacije, u svom fokusu isključivo drže ili stabilnost deviznog kursa prema valuti sidra ili stabilnost cijena.