

## IMPLIKACIJE MARKETINGA BEZBJEDNOSTI NA POSLOVNI AMBIJENT I MULTIPLIKOVANJE TRŽIŠNIH AKTIVNOSTI

Saša Mitrić

Univerzitet PIM, Ekonomski fakultet, Despota Stefana Lazarevića bb, 78 000 Banja Luka, Bosna i  
Hercegovina, sasamitric.bl@gmail.com

### SAŽETAK

Iskoračivši u posljednjih nekoliko decenija smjelo iz okvira poslovnog, naučna misao marketinga obogatila se i raznim društvenim komponentama. Marketing tako postaje snažno prisutan u svim sferama društvenog života, a razmatraju se i njegovi uticaji na razvojne procese. Analizira se, npr. uticaj novog, savremenog marketing koncepta na kreiranje ambijentalnih uslova poslovanja, ali i utvrđuje doprinos usklađivanju opštedruštvenih interesa i otklanjanju uočenih tendencija imperfečnosti poslovnih tržišta. Dakle, pružanjem usluga društvu, društvenim potrebama i trendovima razvoja, adaptiranjem i sublimirajućim efektima dejstva, nesporno se zaključuje da marketing snažno određuje privredna i društvena kretanja. Iz toga proizilazi mišljenje da i novi marketing koncept bezbjednosnih agencija ima katalizatorske potencijale mobilisanja i usmjeravanja ograničavajućih faktora društvenog i poslovnog okruženja. Praktičari razvoja jednostavno su shvatili da je razvoj društva nemoguće posmatrati bez uzimanja u obzir pitanja bezbjednosti i posljedičnih stanja koja iz njih proističu. Takvim konceptom bezbjednost je prepoznata kao centralni element koji ima važnost za održivi razvoj i smanjivanje siromaštva, gdje se reformom bezbjednosti povećavaju institucionalni kapaciteti vladavine prava, legitimitet i funkcije države, ali i izgrađuju poslovni odnosi unutar društva zasnovani na povjerenju. Povjerenje i sigurnost, kako personalno, tako i institucionalno, saglasno tome važan su faktor ekonomske uspješnosti i ekonomskog razvoja uopšte. Međutim, i razvoj značajno opredjeljuje nivo bezbjednosti društvene zajednice, jer će u odsustvu razvojnih perspektiva neminovno doći do pojave bezbjednosnih prijetnji, poput nezaposlenosti, siromaštva, političke nestabilnosti, pa čak i sukoba. U tom smislu, kada se govori o vezi između bezbjednosti i razvoja, jasno je da je samo na određenom nivou bezbjednosti moguće ostvarivati ekonomski razvoj. Dakle, između kvaliteta stanja bezbjednosti i nivoa razvijenosti poslovnih aktivnosti na određenom području egzistira naglašena međuzavisnost, i to je teza koju razmatramo ovim radom.

**Ključne riječi:** marketing, bezbjednost, okruženje, poslovni ambijent, tržišne aktivnosti.

### UVOD

U svijetu potpune informisanosti, institucije nisu potrebne. Međutim, u situacijama nepotpune informisanosti, složene institucionalne strukture pružaju učesnicima dovoljno informacija i omogućuju procese razmjene među različitim interesnim skupinama. Važno je, dakle, kreirati takav institucionalni ambijent koji će poticati uvjerenje da će se preuzete obaveze poštovati, što podrazumjeva postojanje složene institucionalne strukture, formalnih propisa, neformalnih ograničenja i njihove praktične primjene, gdje će svi zajedno omogućiti niske transakcijske troškove i multiplikovanje poslovnih odnosa i aktivnosti (North, 1990). Transakcijski troškovi posljedica su, prema tome, institucija, kako onih formalnih, tako i neformalnih. Na isti način možemo govoriti i o transakcijskim troškovima faktora bezbjednosti, tj. o proizvodima i posljedicama sigurnosnih okvira i njihovih parametara. Npr., uticaj terorizma na ekspanziju avio saobraćaja, ili, npr., uticaj sigurnosnih zahtjeva (kriterija) na pravce razvoja i profitabilnost automobilske industrije (Thompson, Strickland, Gamble, & Thompson, 2005). Iz razloga što različiti institucionalni okviri proizvode i različite ambijentalne i poslovne uslove, svakako je značajna uloga i bezbjednosnih agencija u procesu stvaranja povoljnog i privlačnog poslovnog

ambijenta. Doprinosi njegovoj sigurnosti i uređenosti one stvaraju imidž destinacije u kojoj su troškovi transakcija niski, a mehanizmi preuzetih obaveza se poštuju. Produktivnost modernog društva nemoguća je uz političku anarhiju. S tog stanovišta značaj bezbjednosnih institucija za razvoj ekonomije je nemjerljiv.

Poslovni subjekti ne funkcionišu u izolovanom praznom prostoru, nego u dinamički složenom i kompleksnom okruženju. Organizaciona razmišljanja usmjerena su na korišćenje poslovnih prilika u datom ambijentu i izbjegavanje – neutralisanje potencijalnih opasnosti. Tržišni subjekti prinuđeni su da identifikuju i procjenjuju postojeći stepen rizika na osnovu čega usmjeravaju svoje dalje poslovne odluke. Sve aktivnosti poslovnih subjekata odvijaju se u okvirima konkretnih ekonomskih, kulturnih, pravnih, političkih, bezbjednosnih i drugih faktora koji profiliraju njihovo ponašanje i određuju buduće poslovne politike. Različite konfiguracije uslova, proizvode i različitu poslovnu razuđenost svakog ambijenta ponaosob, čije su posljedice divergentni nivoi razvijenosti zajednica. Marketing bezbjednosnih agencija zato ima veliku odgovornost za proces harmonizacije poslovnog ambijenta, te slijedom toga i multiplikovanje svih oblika poslovnih odnosa i aktivnosti.

Faktori bezbjednosti posebno su važni i za Rakitu (2003) koji nacionalne i državne političke interese svih zemalja usmjerava na ostvarivanje sljedećih pet strateških ciljeva: samoodbranu, bezbjednost, prosperitet, prestiž i ideologiju. Kada govori o bezbjednosti Rakita kaže da svaki politički sistem nastoji da ima što veću kontrolu i stabilniju situaciju, maksimirajući efekte konkretnih prilika i pogodnosti, a minimizirajući prepreke i probleme iz okruženja. Između kvaliteta stanja bezbjednosti i razvijenosti biznisa na određenom području egzistira naglašena međuzavisnost. Što je nivo međunarodnog poslovnog angažovanja veći, to je uloga ovih faktora naglašenija. Nepovoljno političko i bezbjednosno okruženje na startu će obeshrabriti i eliminisati mnoge potencijalno zainteresovane učesnike tržišne utakmice. Preduzeća motivisana za nastup u određenom tržištu, vrednovanje atraktivnosti poslovnog okruženja najčešće će započeti, upravo, procesom procjene političke stabilnosti i sigurnosti takvog ambijenta za svoja ulaganja. U uslovima političke nestabilnosti veoma je teško vršiti ekonomska predviđanja i procjene i donositi racionalne poslovne odluke. Ovakvi uslovi dovode do odustajanja i odlaska poslovnih subjekata i smanjivanja njihovih aktivnosti.

Jasno je, dakle, da bezbjednost kao sastavni činilac političkog ambijenta i političkog okruženja značajno opredjeljuje ukupnu političku stabilnost zemlje, odnosno stabilnost političkog sistema, a time i njegovu poslovnu privlačnost. Pored bezbjednosti, značajni faktori političkog okruženja su: ponašanje vlade, postojeća politička ideologija, međunarodni i geostrateški položaj, uticaji političkih partija i raznih interesnih grupa, itd.

Smisao postojanja poslovnih subjekata je korišćenje mogućnosti sticanja dobiti. U situaciji nesigurnih vlasničkih prava, slabe bezbjednosti, zakona koji se ne provode, barijera na tržištu, monopolističkog uređenja i tome slično, preduzeća će posloovati u otežanim okolnostima zbog čega će se, napuštajući takav ambijent, njihov broj smanjivati. Najprofitabilnije djelatnosti u takvim okolnostima postaću trgovina, poslovi redistribucije i aktivnosti na crnom tržištu. Kompanije će opstajati samo ako posluju pod okriljem vlasti i njihovih subvencija, što je opcija koja ne proizvodi ekonomsku efikasnost (North, 1990).

Suprotno tome, treba nastojati da svi članovi zajednice budu oslobođeni straha, da imaju dovoljno hrabrosti da učine svoje okruženje boljim mjestom za život i da su sposobni da se bore sa postojećim problemima i neizvjesnošću. U cjelini, tamo gdje vladaju strahovi, gdje su oni izražen i nepremostiv problem, poslovni odnosi nisu mogući (Maslov, Stephens, Heil, & Maslow, 1998). U tom kontekstu, Maslov (1998) u više navrata govori o bliskoj sprezi poslovnih aktivnosti i odnosa u zajednici. Slično konstatuje i Todorović (2003) koji kaže da su poslovni ambijent i njegove karakteristike jedan od kritičnih faktora poslovnog uspjeha privrednih subjekata.

Takođe je uočeno da se siromaštvo i problemi bezbjednosti međusobno nadopunjuju i „hrane“. Kombinacija visoke stope kriminala i korupcije, nezaposlenosti, niskog životnog standarda, siromašnih i nestabilnih porodica, zapuštenih škola i narkomanije, uvijek će iznova generisati novo siromaštvo i nove forme ugrožavanja sigurnosti. Za izlazak iz ovakvog začaranog kruga, u SAD je, npr., svojevremeno svako ministarstvo, iz svog djelokruga rada, bilo zaduženo za

izradu adekvatnih programa pomoći. Tako je Ministarstvo pravde predložilo program pojačane policijske službe, dok su druga ministarstva predlagala kompatibilne mjere iz svoje nadležnosti (Stiglitz, 2004). Razmišljanje je da se samo širokom podrškom unutar zajednice može pobuditi željeni ekonomski procesi.

S obzirom da živimo u vremenu koje karakteriše koncept razvoja otvorenih tržišta i privreda spremnih na poslovnu saradnju i globalno konkurentsko povezivanje, smatramo da je, nakon svega, više nego očita potreba cjelovitog rješenja pitanja bezbjednosti svake društvene zajednice. Policija opremljena marketingom bezbjednosti, može i treba da bude nosilac i pokretač integralnih aktivnosti građana i svih drugih subjekata društvene zajednice, koje vode ka poboljšanju kvaliteta života ali i afirmaciji poslovno – investicionog ambijenta.

## **HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA**

Strateški koncipiran i pravilno primijenjen, marketing bezbjednosnih agencija može postati aktivni činilac kreiranja pozitivnog imidža države, te značajan faktor afirmacije poslovnog ambijenta i tržišnih aktivnosti.

## **METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA**

- Empirijsko istraživanje zasnovano je na podacima prikupljenim iz primarnih izvora;
- Prikupljanje primarnih podataka izvršeno je na bazi uzorka;
- Odabir jedinica uzorka iz statističke mase obavljen je primjenom namjernog uzorka;
- Uzorkom su obuhvaćene tri ciljne grupe ispitanika, i to:
- Ciljna grupa koju čine pripadnici policijskih agencija u BiH, 111 ispitanika;
- Ciljna grupa – zaposleni u organima vlasti BiH, svih nivoa, 65 ispitanika; i
- Ciljna grupa – građani BiH, 150 ispitanika;
- Metod prikupljanja podataka je ispitivanje;
- Sredstvo ( instrument ) prikupljanja podataka je strukturirani anketni upitnik;
- Način komuniciranja sa izvorima primarnih podataka je kombinacija ličnog, komuniciranja dopisnim putem i putem telefona, na način da su neposredno prije dostavljanja upitnika svi ispitanici kontaktirani putem jedne od pomenutih mogućnosti, te su upoznati sa ciljevima istraživanja, a pružena su im i potrebna objašnjenja za uspješno anketiranje, nakon čega se pristupilo anketiranju istih;
- Analiziranje prikupljenih podataka vršeno je deskriptivnom analitičkom metodom;
- Za obradu podataka korišten je SPSS programski paket;

Istraživanje je provedeno u periodu od 01.01.2014. do 31.05.2014. godine i dodatno od 20.01.2015. godine do 20.02.2015. godine.

## **REZULTATI I INTERPRETACIJA ISTRAŽIVANJA**

Rezultati istraživanja prikazani u Tabeli 1, pokazuju relativno veliku uniformnost. Preovladava odgovor „Potpuno se slažem“, koji je zaokružilo 85,6% ispitanika iz reda pripadnika policijskih agencija, 70,8% ispitanika koji vrše neki od oblika vlasti i 84,7% ispitanika iz ciljne grupe ostalih građana. Drugi najfrekventniji odgovor je „Djelomično se slažem“ i za njega se izjasnilo 10,8% ispitanika prve, 15,4% ispitanika druge i 12% ispitanika treće ciljne grupe. Zastupljenost ostalih ponuđenih odgovora je zanemarljivo mala.

Prema rezultatima prikazanim u Tabeli 2 može se konstatovati da postoji značajno izražena saglasnost svih ciljnih grupa ispitanika i sa ovom istraživačkom tvrdnjom. Međutim, primjećuje se nešto veće učešće odgovora „Djelomično se slažem“, nego što je to bio slučaj u prethodnih nekoliko tvrdnji, što je posebno izraženo u ciljnoj grupi „Zaposleni u policijskim agencijama“, gdje je broj ovih odgovora nešto veći od učešća odgovora „Potpuno se slažem“ ( 46,8% : 45% ).

Tabela 1. Distribucija ispitanika u odnosu na odgovore na istraživačku tvrdnju broj 27.15. „Sigurnim, stabilnim i uređenim društvenim sistemom gradi se ugled i pozitivan imidž države u svijetu!“

Table 1. Distribution of respondents in relation to the answers to research statement number 27.15. "A secure, stable and orderly social system builds the reputation and positive image of the state in the world!"

**Sigurnim društvenim sistemom gradi se ugled i imidž države u svijetu**

| Ciljne grupe ispitanika                |         |   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|---------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Zaposleni u policijskim agencijama BiH | Valid   | Potpuno se slažem                       | 95        | 85.6    | 85.6          | 85.6               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 12        | 10.8    | 10.8          | 96.4               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 2         | 1.8     | 1.8           | 98.2               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | .9      | .9            | 99.1               |
|  |         | Nemam stav                              | 1         | .9      | .9            | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 111       | 100.0   | 100.0         |                    |
|  |         | Total                                   | 111       | 100.0   | 100.0         |                    |
| Zaposleni u organima vlasti            | Valid   | Potpuno se slažem                       | 46        | 70.8    | 73.0          | 73.0               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 10        | 15.4    | 15.9          | 88.9               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 3         | 4.6     | 4.8           | 93.7               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | 1.5     | 1.6           | 95.2               |
|  |         | Nemam stav                              | 3         | 4.6     | 4.8           | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 63        | 96.9    | 100.0         |                    |
|  |         | Total                                   | 63        | 96.9    | 100.0         |                    |
|  | Missing | System                                  | 2         | 3.1     |               |                    |
| Total                                  |         |   | 65        | 100.0   |               |                    |
| Građani                                | Valid   | Potpuno se slažem                       | 127       | 84.7    | 84.7          | 84.7               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 18        | 12.0    | 12.0          | 96.7               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 2         | 1.3     | 1.3           | 98.0               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | .7      | .7            | 98.7               |
|  |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 1         | .7      | .7            | 99.3               |
|  |         | Nemam stav                              | 1         | .7      | .7            | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 150       | 100.0   | 100.0         |                    |
|  |         | Total                                   | 150       | 100.0   | 100.0         |                    |

Tabela 2. Distribucija ispitanika u odnosu na odgovore na istraživačku tvrdnju broj 27.14. „Jedan od osnovnih razloga sadašnje neperspektivnosti bosanskohercegovačkog poslovnog ambijenta, u globalnim poslovnim okvirima, je neuređenost institucionalnog sistema, a samim tim i bezbjednosnih agencija kao jednog od njegovih najvažnijih stubova!“

Table 2. Distribution of respondents in relation to the answers to research statement number 27.14. "One of the main reasons for the current lack of prospects of the BiH business environment, in the global business framework, is the disorder of the institutional system, and thus the security agencies as one of its most important pillars!"

**Jedan od osnovnih razloga neperspektivnosti je neuređenost inst.sistema...**

| Ciljne grupe ispitanika                |         |   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|---------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Zaposleni u policijskim agencijama BiH | Valid   | Potpuno se slažem                       | 50        | 45.0    | 45.0          | 45.0               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 52        | 46.8    | 46.8          | 91.9               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 5         | 4.5     | 4.5           | 96.4               |
|  |         | Ne slažem se                            | 3         | 2.7     | 2.7           | 99.1               |
|  |         | Nemam stav                              | 1         | .9      | .9            | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 111       | 100.0   | 100.0         |                    |
|  |         | Total                                   | 111       | 100.0   | 100.0         |                    |
| Zaposleni u organima vlasti            | Valid   | Potpuno se slažem                       | 28        | 43.1    | 43.8          | 43.8               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 24        | 36.9    | 37.5          | 81.3               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 5         | 7.7     | 7.8           | 89.1               |
|  |         | Ne slažem se                            | 4         | 6.2     | 6.3           | 95.3               |
|  |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 1         | 1.5     | 1.6           | 96.9               |
|  |         | Nemam stav                              | 2         | 3.1     | 3.1           | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 64        | 98.5    | 100.0         |                    |
|  | Missing | System                                  | 1         | 1.5     |               |                    |
| Total                                  |         |   | 65        | 100.0   |               |                    |
| Građani                                | Valid   | Potpuno se slažem                       | 79        | 52.7    | 52.7          | 52.7               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 53        | 35.3    | 35.3          | 88.0               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 6         | 4.0     | 4.0           | 92.0               |
|  |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 9         | 6.0     | 6.0           | 98.0               |
|  |         | Nemam stav                              | 3         | 2.0     | 2.0           | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 150       | 100.0   | 100.0         |                    |
|  |         | Total                                   | 150       | 100.0   | 100.0         |                    |

U slučaju istraživačke tvrdnje prikazane u Tabeli 3, može se reći da je slaganje anketiranih ispitanika sa istom, zaista impozantno. Da se potpuno slaže sa navodima tvrdnje, u prosjeku se

izjasnilo više od 78% ispitanika, dok sa onima koji se „djelomično slažu“, ovaj procenat „slaganja“ doseže vrijednost od 88 do, čak, 96% ukupno anketiranih.

Tabela 3. Distribucija ispitanika u odnosu na odgovore na istraživačku tvrdnju broj 27.19. „Sigurnost zajednice i njenih građana jedna je od najvažnijih pretpostavki ekonomskog i društvenog razvoja svake zemlje!“

Table 3. Distribution of respondents in relation to the answers to research statement number 27.19. "The security of the community and its citizens is one of the most important preconditions for the economic and social development of any country!"

**Sigurnost zajednice jedna je od najvažnijih pretpostavki razvoja svake zemlje**

| Ciljne grupe ispitanika                 |         |   | Frequency         | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |      |
|---|---------|---|-------------------|---------|---------------|--------------------|------|
| Zaposleni u policijskim agencijama BiH  | Valid   | Potpuno se slažem                       | 96                | 86.5    | 86.5          | 86.5               |      |
|   |         | Djelomično se slažem                    | 11                | 9.9     | 9.9           | 96.4               |      |
|   |         | Uglavnom se ne slažem                   | 1                 | .9      | .9            | 97.3               |      |
|   |         | Ne slažem se                            | 1                 | .9      | .9            | 98.2               |      |
|   |         | Nemam stav                              | 2                 | 1.8     | 1.8           | 100.0              |      |
|   |         | Total                                   | 111               | 100.0   | 100.0         |                    |      |
|   |         | Total                                   | 111               | 100.0   | 100.0         |                    |      |
| Zaposleni u organima vlasti             | Valid   | Potpuno se slažem                       | 51                | 78.5    | 81.0          | 81.0               |      |
|   |         | Djelomično se slažem                    | 6                 | 9.2     | 9.5           | 90.5               |      |
|   |         | Uglavnom se ne slažem                   | 2                 | 3.1     | 3.2           | 93.7               |      |
|   |         | Ne slažem se                            | 1                 | 1.5     | 1.6           | 95.2               |      |
|   |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 2                 | 3.1     | 3.2           | 98.4               |      |
|   |         | Nemam stav                              | 1                 | 1.5     | 1.6           | 100.0              |      |
|   |         | Total                                   | 63                | 96.9    | 100.0         |                    |      |
|   |         | Missing                                 | System            | 2       | 3.1           |                    |      |
|   |         | Total                                   | 65                | 100.0   |               |                    |      |
|   | Građani | Valid                                   | Potpuno se slažem | 123     | 82.0          | 82.0               | 82.0 |
| Djelomično se slažem                    |         |   | 20                | 13.3    | 13.3          | 95.3               |      |
| Uglavnom se ne slažem                   |         |   | 2                 | 1.3     | 1.3           | 96.7               |      |
| Ne slažem se                            |         |   | 1                 | .7      | .7            | 97.3               |      |
| Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud |         |   | 3                 | 2.0     | 2.0           | 99.3               |      |
| Nemam stav                              |         |   | 1                 | .7      | .7            | 100.0              |      |
| Total                                   |         |   | 150               | 100.0   | 100.0         |                    |      |

Tabela 4. Distribucija ispitanika u odnosu na odgovore na istraživačku tvrdnju broj 27.13. „Stanje bezbjednosti društvene zajednice direktno određuje stepen atraktivnosti takvog ambijenta i u njegovom poslovnom smislu, tj. značajno utiče na nivo investicionih i poslovnih aktivnosti stranih i domaćih kompanija!“

Table 4. Distribution of respondents in relation to the answers to research statement number 27.13. "The state of security of the social community directly determines the degree of attractiveness of such an environment in its business sense, ie. significantly affects the level of investment and business activities of foreign and domestic companies!"

**Stanje bezb.direktno određuje stepen atraktivnost poslovnog ambijenta...**

| Ciljne grupe ispitanika                 |                      |   | Frequency | Percent           | Valid Percent | Cumulative Percent |      |
|---|----------------------|---|-----------|-------------------|---------------|--------------------|------|
| Zaposleni u policijskim agencijama BiH  | Valid                | Potpuno se slažem                       | 71        | 64.0              | 64.0          | 64.0               |      |
|   |                      | Djelomično se slažem                    | 33        | 29.7              | 29.7          | 93.7               |      |
|   |                      | Uglavnom se ne slažem                   | 3         | 2.7               | 2.7           | 96.4               |      |
|   |                      | Ne slažem se                            | 1         | .9                | .9            | 97.3               |      |
|   |                      | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 1         | .9                | .9            | 98.2               |      |
|   |                      | Nemam stav                              | 2         | 1.8               | 1.8           | 100.0              |      |
|   |                      | Total                                   | 111       | 100.0             | 100.0         |                    |      |
| Zaposleni u organima vlasti             | Valid                | Potpuno se slažem                       | 37        | 56.9              | 57.8          | 57.8               |      |
|   |                      | Djelomično se slažem                    | 19        | 29.2              | 29.7          | 87.5               |      |
|   |                      | Uglavnom se ne slažem                   | 4         | 6.2               | 6.3           | 93.8               |      |
|   |                      | Ne slažem se                            | 1         | 1.5               | 1.6           | 95.3               |      |
|   |                      | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 3         | 4.6               | 4.7           | 100.0              |      |
|   |                      | Total                                   | 64        | 98.5              | 100.0         |                    |      |
|   |                      | Missing                                 | System    | 1                 | 1.5           |                    |      |
|   |                      | Total                                   | 65        | 100.0             |               |                    |      |
|   |                      | Građani                                 | Valid     | Potpuno se slažem | 92            | 61.3               | 61.3 |
|   | Djelomično se slažem |   |           | 35                | 23.3          | 23.3               | 84.7 |
| Uglavnom se ne slažem                   | 9                    |   |           | 6.0               | 6.0           | 90.7               |      |
| Ne slažem se                            | 3                    |   |           | 2.0               | 2.0           | 92.7               |      |
| Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 3                    |   |           | 2.0               | 2.0           | 94.7               |      |
| Nemam stav                              | 8                    |   |           | 5.3               | 5.3           | 100.0              |      |
| Total                                   | 150                  |   |           | 100.0             | 100.0         |                    |      |

U slučaju navedene istraživačke tvrdnje iz Tabele 4, takođe se može konstatovati nesporna dominacija odgovora „slaganja“ svih kategorija anketiranih ispitanika. Opseg „slaganja“ po ciljnim grupama, varira u rasponu od skoro 85%, pa sve do 94% ukupnog broja anketiranih ispitanika.

Tabela 5. Distribucija ispitanika u odnosu na odgovore na istraživačku tvrdnju broj 27.18. „Strateški koncipirane i pravilno organizovane i vođene, bezbjednosne agencije mogu biti aktivni činilac kreiranja pozitivnog imidža države i značajan faktor njenog razvoja i poslovne uspješnosti u globalnim okvirima!“

Table 5. Distribution of respondents in relation to the answers to research statement number 27.18. "Strategically conceived and properly organized and managed, security agencies can be an active factor in creating a positive image of the state and a significant factor in its development and business success in a global context!"

**Bezbjednosne agencije mogu kreirati imidž države i biti faktor njenog razvoja**

| Ciljne grupe ispitanika                |         |   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|---------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Zaposleni u policijskim agencijama BiH | Valid   | Potpuno se slažem                       | 78        | 70.3    | 70.3          | 70.3               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 29        | 26.1    | 26.1          | 96.4               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 2         | 1.8     | 1.8           | 98.2               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | .9      | .9            | 99.1               |
|  |         | Nemam stav                              | 1         | .9      | .9            | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 111       | 100.0   | 100.0         |                    |
| Zaposleni u organima vlasti            | Valid   | Potpuno se slažem                       | 36        | 55.4    | 57.1          | 57.1               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 16        | 24.6    | 25.4          | 82.5               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 4         | 6.2     | 6.3           | 88.9               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | 1.5     | 1.6           | 90.5               |
|  |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 3         | 4.6     | 4.8           | 95.2               |
|  |         | Nemam stav                              | 3         | 4.6     | 4.8           | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 63        | 96.9    | 100.0         |                    |
|  | Missing | System                                  | 2         | 3.1     |               |                    |
| Total                                  |         | 65                                      | 100.0     |         |               |                    |
| Građani                                | Valid   | Potpuno se slažem                       | 102       | 68.0    | 68.0          | 68.0               |
|  |         | Djelomično se slažem                    | 34        | 22.7    | 22.7          | 90.7               |
|  |         | Uglavnom se ne slažem                   | 5         | 3.3     | 3.3           | 94.0               |
|  |         | Ne slažem se                            | 1         | .7      | .7            | 94.7               |
|  |         | Nemam dovoljno saznanja za pravilan sud | 4         | 2.7     | 2.7           | 97.3               |
|  |         | Nemam stav                              | 4         | 2.7     | 2.7           | 100.0              |
|  |         | Total                                   | 150       | 100.0   | 100.0         |                    |

U Tabeli 5 prikazani su rezultati ispitivanja istraživačke tvrdnje kod kojih postoji vrlo izražena saglasnost svih ciljnih grupa sa njenom hipotetički ponuđenom tezom da, marketinški koncipirane i pravilno organizovane i vođene, bezbjednosne agencije mogu biti aktivni činilac kreiranja pozitivnog imidža države i značajan faktor njenog razvoja i poslovne uspješnosti u globalnim okvirima. Procenat „potpunog slaganja“ sa tezom, po ciljnim grupama, kreće se u rasponu od 55,4 do 70,3%, dok učešće odgovora „djelomičnog slaganja“ sa ponuđenom tvrdnjom, varira od 22,7 do 26,1% od ukupnog broja anketiranih ispitanika. Učestalost ostalih odgovora zanemarljivo je mala.

## ZAKLJUČCI

Rezultati istraživanja i odgovori ispitanika u potpunosti potvrđuju pretpostavke iz radne hipoteze da strateški koncipiran i pravilno primijenjen, marketing bezbjednosnih agencija može postati aktivni činilac kreiranja pozitivnog imidža države, te značajan faktor afirmacije poslovnog ambijenta i tržišnih aktivnosti.

Civilizacijski izazovi uslovlili su oblikovanje institucija na način da redukuju neizvjesnost i akterima omogućuju interakcijske odnose u pouzdanim „pravilima igre“. Suprotno tome, u uslovima neizvjesnosti, kada institucionalna struktura emituje rizik, vrijednost imovine je mala, a

troškovi transakcija (poslovnih aranžmana) su visoki. To su prilike u kojima nema interesa za investiranje i priliv kapitala. Ekonomski procesi tada zamiru.

Razlozi zbog kojih promjene relativnih cijena različito pogađaju dva društva leže u relativnosti pregovaračkih snaga aktera određene strukture. Zemlje trećeg svijeta siromašne su uglavnom zbog toga što njihova institucionalna ograničenja favorizuju one aktivnosti koje ne podstiču produktivnost zajednice. Nesumnjivo je, dakle, važan zadatak svake zajednice da prepozna značaj uspostavljanja efikasnog institucionalnog okvira kao presudnog uslova za uspješan ekonomski rast.

Svako poslovno okruženje pod uticajem je konstelacije ekonomskih, političkih, pravnih, tehnoloških, kulturnih, ekoloških i naravno bezbjednosnih faktora dotične zemlje.

Kada navode uslove koji ključno opredjeljuju izbor lokacije nastupa privrednih subjekata, autori različito nizaju prioritete njihovog diferenciranja. U svakom slučaju neizostavni su svi oni faktori koji opredjeljuju klimu i uslove poslovanja, kao i sigurnost kapitala i investicija. Kompanija može doći u priliku da različito tretira ponašanje konkurencije i apsorpcione moći tržišta, ili da različito kvantifikuje uticaje jezika ili kulture na prodaju ili buduću profitnu stopu, ali zasigurno nikada neće kalkulirati sa sigurnošću vlastitog novca i rizicima ulaganja.

Rizik je rak rana kapitalu. Kapital i rizik se ne trpe i ne miješaju se – isto kao voda i ulje, i nikad ne borave na istom mjestu i u isto vrijeme. Ako u zajednici vladaju odnosi haosa, nereda, kriminala i korupcije, kapital će se brzo povući i napustiti takvo područje. Rizici ne mogu biti potrpani pod zemlju, odnosno sklonjeni pod tepih. Oni su, najčešće, direktno povezani s povećanjem troškova, koje na kraju neko mora snositi. Uspješne kompanije, jednostavno, trebaju zdravo društvo.

Od stanja atraktivnosti poslovnog ambijenta zavisice i ponašanje privrednih subjekata u njemu. Uzimajući u obzir poslovnu praksu, stanje zakonodavstva, stabilnost i bezbjednost, stanje konkurentnosti, politički rizik, resursne potencijale, visinu profitne i kamatne stope i slične pokazatelje atraktivnosti, privredni subjekti će graditi svoju egzistenciju u određenom poslovnom ambijentu, ili će ga izbjeci, odnosno napustiti.

Jasno je s toga, da nije slučajna veza između elemenata bezbjednosti i afirmacije raznih vidova poslovnih odnosa i aktivnosti. U procesu kreiranja ambijentalne konkurentske prednosti, marketing bezbjednosti, pored usmjeravajuće, ima izraženu ulogu u razrješavanju protivrječnosti i ekonomskom povezivanju kategorija bezbjednosti, uslova poslovanja i privrednog razvoja. Afirmacijom poslovanja i razvojem društvene zajednice marketing bezbjednosti izborio se za poziciju snažnog instrumenta pozitivnih društvenih promjena, a takav uticaj proizilazi mu iz same prirode, koja se ogleda u multiploj povezanosti kompanija i elemenata bezbjednosti. Kao takvi, bezbjednosni uslovi svakako su dio cjeline makroekonomskih parametara koji značajno opredjeljuju karakter poslovnog ambijenta, odnosno uslove tržišnih aktivnosti, zbog čega samo uređeno bezbjednosno okruženje daje okvir i podsticaj multiplikovanju poslovnih odnosa i aktivnosti.

## LITERATURA

- Maslow, A. H., Stephens, D. C., Heil, G., & Maslow, A. H. (1998). *Maslow on management*. New York: John Wiley.
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rakita, B. (2003). *Međunarodni menadžment*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Stiglitz, E. J. (2004). *Ekonomija javnog sektora*. Beograd, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., Gamble, J., & Thompson, A. A. (2005). *Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage : concepts and cases*. New York, N.Y: McGraw-Hill/Irwin.
- Todorović, J. (2003). *Strategijski i operativni menadžment*. Beograd, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.

## **IMPLICATIONS OF SECURITY MARKETING ON THE BUSINESS ENVIRONMENT AND MULTIPLICATION OF MARKET ACTIVITIES**

Saša Mitrić

University PIM, Faculty of Economics, Despota Stefana Lazarevića bb, 78 000 Banja Luka,  
Bosnia and Herzegovina, sasamitric.bl@gmail.com

### **ABSTRACT**

Having stepped boldly out of the business framework in the last few decades, the scientific thought of marketing has been enriched with various social components. Marketing thus becomes strongly present in all spheres of social life, and its influences on development processes are also considered. It is analyzed, e.g. the influence of the new, modern marketing concept on the creation of ambient business conditions, but also determines the contribution to the harmonization of social interests and the elimination of the observed tendencies of imperfection of business markets. Thus, by providing services to society, social needs and development trends, adapting and sublimating effects of action, it is indisputably concluded that marketing strongly determines economic and social trends. Hence the opinion, that the new marketing concept of security agencies also has catalytic potentials for mobilizing and directing the limiting factors of the social and business environment. Development practitioners have simply realized that the development of society is impossible to observe without taking into consideration security issues and the consequential conditions that arise from them. Such a concept recognizes security as a central element that is important for sustainable development and poverty reduction, where security reform increases the institutional capacity of the rule of law, legitimacy and functions of the state, but also builds business relations within society based on trust. Trust and security, both personally and institutionally, are accordingly an important factor of economic success and economic development in general. However, development also significantly determines the level of security of the social community, because in the absence of development perspectives, security threats will inevitably appear, such as unemployment, poverty, political instability, and even conflict. In that sense, when it comes to the connection between security and development, it is clear that only at a certain level of security is possible to achieve economic development. Thus, there is an emphasized interdependence between the quality of the security situation and the level of development of business activities in a certain area, and this is the thesis we consider in this paper.

**Keywords:** marketing, security, environment, business environment, market activities.