



PRILAGOĐAVANJE MODERNOM NAČINU

Lobiranje u biznisu

POSLOVANJA

je neizbežno

▶▶▶ Donošenjem zakona o lobiranju uveo bi se pravni red u oblast uticanja na donosioce odluka

Sa približavanjem BiH Evropskoj uniji domaća preduzeća će morati da usklade svoje poslovanje sa zahtevima evropskog tržišta. U okviru toga lobiranje u biznisu biće neizbežno zbog čega je ovo pitanje neophodno zakonski regulisati, ističu u Institutu za edukaciju Spoljnotrgovinske komore BiH.

- Donošenjem zakona o lobiranju uveo bi se pravni red u oblast uticanja na donosioce odluka. Konkretnije, svaki zakon o lobiranju definiše osnovne pojmove kao što su lobist, nadležni organ, registar lobista, naručilac lobiranja, ko je ovlašteni lobista, šta je licenca za lobiranje. Takođe, ovim zakonom bi se tačno uredila lobistička delatnost, uslovi i način lobiranja, pravila lobiranja, šta spada a šta ne spada u lobističku delatnost, prava i dužnosti lobiste, ko može vršiti lobističku delatnost i slično - objašnjava Elma Kovačević-Bajtal iz ovog instituta.

Ona je dodala da bez te vrste legislative BiH neće moći da postane članica EU, gde se već odavno posluje

po ozakonjenim principima lobiranja, kako poslovnog, tako i političkog.

- Lobiranje je postalo neizostavni deo društvenog folklor modernih i uspešnih poslovnih društava - istakla je Kovačević-Bajtal. Koliko je nezakonito lobiranje prisutno kod nas što se može videti po uspehu ili neuspehu nekih započetih, a neodvršenih investicija.

- Netransparentna dodela posla, nepoštovanje tenderske procedure i svesno biranje indikativno nepovoljnog partnera, pokazuju da kod nas postoji lobiranje koje nije u skladu sa pozitivnom poslovnom etikom, bez koje, na duže staze, nema istinskog poslovnog uspeha - istakla je ona. Upravo je odsustvo zakonskih rešenja u ovoj oblasti, osnovane legalnih i ilegalnih formi lobiranja.

- Dodamo li tome odsustvo elementarne poslovne etike na ovim prostorima, loši ishodi takvog poslovanja postaju sve izvesniji. Jednom prevareni partner, ne vraće se. Gubitnik gubi ne samo taj posao, nego i poslovnu perspektivu kod svih onih koji ne prihvataju logiku "nećista posla". Na



taj način obavlja se logička selekcija pouzdanih i nepouzdatih partnera. Ozbiljni partneri žele izvesnost u poslu i prihvataju samo ono lobiranje i lobiste koji deluju u skladu sa zakonom - naglasila je Kovačević-Bajtal. Uspostavljanje jasnih pravila za lobiranje u BiH predstavlja bitan korak ka uvođenju transparentnosti i još jednog pravnog okvira za borbu protiv korupcije. Svaki metod koji nije u suprotnosti sa bilo

kojim oblikom pozitivne legislative, preporučljiv je za dogovaranje poslova. Pri tome, ako su u pitanju strani poslovni partneri, treba uvek voditi računa o dobrim poslovnim običajima konkretne zemlje.

- Nažalost, država kao što je BiH sa niskim rejtingom investiranja i visokim stepenom korupcije, nije poslovno privlačna i doživljava se kao nesigurno područje investiranja i modernog poslovanja. Jedan

od verodostojnijih načina predstavljanja i promocije privrede u pozitivnom svetlu

je organizovanje poslovnih delegacija - navela je Kovačević-Bajtal.

B. BUDIĆ

Saradnja na domaćem tržištu

U Institutu za edukaciju kažu da se tržište BiH, iako je malo, susreće sa problemom nedovoljne saradnje preduzeća unutar same zemlje. - Domaći preduzetnici su više okrenuti traženju partnera van granica svoje zemlje, iako je u nekim oblastima moguće naći sasvim dobrog domaćeg poslovnog partnera. Zato je potrebno međusektorski se poznavati, što, nažalost, danas nije čest slučaj kod nas - rekla je Kovačević-Bajtal. Krajnji cilj međusobnog upoznavanja i uspostave kontakata bilo bi smanjenje nepotrebnog uvoza proizvoda koji se mogu obezbediti na domaćem tržištu.