

UVOD

Ako postoji nešto što posebno karakteriše ovaj današnji svet u odnosu na prohujale epohe, onda je to višestruko potvrđena činjenica da su danas sva društvena i ekonomska zbivanja postala izuzetno složena. Pokušaj bavljenja samo pojedinim jasno određenim poslovima, odnosno pitanjima ili problemima, odvojeno od ostalih pitanja dovodi često do nemoći izvršioca da određeni posao kvalitetno uradi, odnosno da pitanje ili problem blagovremeno i na zadovoljavajući način razume i reši. U ekonomiji kao sinteznoj strukturi više različitih sadržaja to je posebno slučaj, zbog toga što su svi ekonomski agregati i društvene funkcije međusobno tesno povezani. Tako, na primer, trgovina utiče na proizvodnju, proizvodnja na trgovinu, a obe delatnosti na životni standard i rad, na zdravlje ili porodični život i na hiljade drugih stvari. Ekonomski sistem u tom pogledu poslednjih decenija se veoma usavršio. „Postao je tako mnogostruk u svojim specijalnostima, da danas više nema ekonomiste koji bi mogao tvrditi da dobro poznaje više od neznatnog dela celine.“¹ Gelbrait ističe da je „ono što se nekada smatralo ekonomskom naukom i što je bilo prihvaćeno kao jedina istina, danas se proglašava neoklasičnom ekonomijom, a to je termin kojim se snažno sugerise zastarelost.“² Privredni razvoj u celini, a u kontekstu toga i razvoj trgovine nameće sada nove načine razmišljanja u koje mnogi praktičari, pa i teoretičari, jednostavno ne mogu da se ukllope. Potreba mnogougaonog posmatranja savremenih ekonomskih promena i veoma ispoljena višedimenzionalnost u međusobnim odnosima između pojedinih elemenata privrednog, i uopšte društvenog sistema, prevazilazi operacioni radijus mnogih pojedinačnih naučnih disciplina, koje su do skoro imale apsolutni teorijski monopol u objašnjenju zakonitosti i istina, vezanih za pojedine privredne delatnosti ili faze ljudskih aktivnosti društvene reprodukcije.

Shvatajući ogromne mogućnosti koje moderan razvoj privrede i društvenih delatnosti otvara pred čovečanstvom, a takode i veliku složenost savremenih zbivanja — naučnici u celom svetu, a u određenom domenu i kod nas, ulažu intenzivne napore s ciljem utvrđivanja novih pravaca i metoda istraživanja razvoja u raznim oblastima ljudskog stvaralaštva. Predmet ovih istraživanja postaje i proces razmene društvene reprodukcije, u okviru koga trgovina zauzima dominirajuće mesto.

Kao rezultat ovakvog rada pojavljuju se na avangardnim svetskim univerzitetima, naročito razvijenih zapadnih zemalja, nove nauke i naučne discipline vezane za oblast robnog prometa, koje do skoro nisu ni postojale. Mnoge od tih nauka nastale su kao rezultat simbioze klasičnih naučnih disciplina ili saznanja, koja su donedavno potpuno razdvojeno proučavana i razvijana. Pristupi u proučavanju funkcije i razvoja trgovine postaju u tom smislu sve raznovrsniji i originalniji. Tradicionalni (klasični) pristup po kome se trgovina sagledava i proučava kao granska ekonimika razgranao se u različitim naučnim i stručnim pravcima koji sa diferentnih aspekata sagledavaju i tretiraju

23. ¹ JOHN KENNETH GALBRAITH: *Ekonomika i društveni ciljevi*, Otokar Keršovani, Rijeka, str.

² Isto: str. 20

ovu privrednu granu. Tako na primer, kao posebna oblast trgovinskih aktivnosti u širem smislu, razvija se poslednjih decenija ekonimija plasmana (marketing) u trgovini, koji ovu privrednu granu i odnose vezane za nju sagledava u kontekstu zbivanja na domaćem i inostranom tržištu. U poslednje vreme, naglasak u istraživanju se stavlja i na prostorne uticaje i aktivnosti trgovine, u okviru čega sve veću pažnju naučnika i praktičara izaziva fenomen položajne rente, koja često direktno opredeljuje uspešnost u radu pojedinih prometnih organizacija i objekata.

Drugo polje istraživanja predstavljaju eksterni uticaji koje trgovina reflektuje na ekonomski i socijalni razvoj društva, posebno urbanih sredina.

Karakter kupoprodaje kao relevantan segment trgovinske usluge proučava se takode sve više, ne samo sa ekonomskog već i sa sociološkog i psihološkog aspekta. U tretiranju personalnog odnosa između komitenata u trgovini dolazi i do različitih tumačenja ovog odnosa i po toj osnovi do zauzimanja dijametralno suprotnih shvatanja.

Po jednim shvatanjima personalnu trgovinsku uslugu kao elemenat trgovinskog poslovanja treba još više favorizovati jer to ima ne samo ekonomski, već i širi humano-socijalni smisao. Po drugim shvatanjima personalna trgovinska usluga postaje anarhronizam, odnosno predstavlja tip dvorenja zaostao iz prošlih epoha i treba je postepeno eliminisati i zamenjivati „industrijskim“ načinom usluživanja potrošača, koji je što se tiče zaposlenog osoblja humaniji, a po ekonomskoj delotvornosti znatno efikasniji i racionalniji.

Raniji uobičajeni pristupi u proučavanju trgovine tretirani kao mikro i makro-pristupi, takode se sve više diverzifikuju i menjaju. Sada se više insistira na multidisciplinarnosti i u proučavanju ove delatnosti.

Iz svega prethodno rečenog, može se izvući zaključak da višedimenzionalnost i multidisciplinarnost postaju sve više metod planiranja i odrednica teorijskog razvoja trgovine, kao i drugih delatnosti u mnogim razvijenim sredinama na kraju ovog veka. Stručnjaci za planiranje i realizaciju programa postaju sve traženiji ne samo u privredi već i na mnogim svetskim univerzitetima.

Na žalost, multidisciplinarnost u naučnom tretiranju trgovine, a i drugih privrednih delatnosti nije odlika svih akademskih sredina. Ne malo puta uska specijalizacija udaljuje od praktičnog stručnjaka, pa i teoretičara potrebu da razmišlja o širem značaju nauke kojom se bavi. „Danas se dobrim naučnikom smatra onaj koji se drži svog uskog područja, koji uporno odbija svako teoretiziranje o ispravnosti ili neispravnosti sistema unutar koga deluje. A takvo teoretiziranje uključuje težak zadatak pronalaženja boljih alternativa, a može biti, a tako obično i biva, napadnuto da je besciljno i metodološki neutemeljeno“. ³

Srećom, ljudska misao nema granica. Sistem ugledanja na avangardnije i bolje, kao i sistem selekcije kvaliteta po tom osnovu, deluje i u nauci o trgovini, kao i u drugim oblastima ljudskog stvaralaštva. Kroz proces difuzije inovacija, koji ostvaruje eksponencijalni rast, zahvaljujući ubrzanom razvoju informacionih i komunikacionih sistema, tehnički i društveni progres prodiru u trgovini brže ili sporije u sve zemlje i prirodne i društvene sredine sveta, dovodeći do različitih posledica — mahom pozitivnih, ali u ne malo slučajeva i negativnih. ⁴

Ogromne količine raznovrsnih roba koje se danas proizvode, širina i sadržajnost komercijalnih komunikacija prema kojima planeta Zemlja, sve više postaje „planetarno selo“, moćna saobraćajna sredstva, specijalizacije i subspecijalizacije pojedinih područja za proizvodnju i pružanje

³ JOHN KENNETH GALBRAITH: *Ekonomika* . . . , op. cit. str. 291

⁴ Intenzivan naučno-tehnološki, i po toj osnovi zasnovan ekonomski i uopšte društveni progres, na žalost se ne odvija u celom svetu. To je odlika jednog broja zemalja Severne Amerike, Evrope, nekih pacifičkih zemalja Azije (Japan, Singapur, Tajvan, Južna Koreja, Hong-Kong), Australije i sl. Ove zemlje se u teoriji socijalnog razvoja nezivaju „ostrva izobilja“ u moru bede. U mnogim zemljama trećeg sveta, odvija se, pak, negativan razvoj, koji za posledicu ima i ono najstrašnije — umiranje od gladi. Politički i socijalni potresi, uspon raznih militatnih ideologija, zasnovanih na „verskim istinama“ i slično, samo su neki od simptoma ekonomskog i društvenog stanja tih sredina.

specifičnih roba i/ili usluga, nove kulture i subkulture, koje se na raznim mestima afirmišu i šire i mnogo šta drugo — sve je to u ovom ili onom vidu, u organizacionom ili nekom drugom smislu, povezano sa robnim prometom i trgovinom. Trgovina se po komercijalnim ili nekim drugim osnovama uključuje u te procese i ta zbivanja i permanentno ih pospešuje i pojačava.

Za razliku od ranijih vremena prošlih epoha, kada je trgovina zbog nerazvijenosti privredne i društvene strukture i imobilnosti informacija, prevashodno predstavljala marginalni društveni servis proizvodnje i potrošnje; danas u razvijenom svetu situacija je bitno promenjena i trgovina inkorporira u sebe takav ekonomski i uopšte društveni razvoj, čije su sve posledice po budućnost zemaljskog antropokosmosa jednostavno nesagledive. Ona je postala složen sumblimat raznovrsnih društvenih aktivnosti, organizovanih na specifičnim materijalnim i informacionim osnovama, sa kojima sve izrazitije utiče na promene u proizvodnoj snazi rada, kao i na funkcionalni i prostorni razmeštaj društvenih resursa.

Izvesne naučne procene ukazuju da se u savremenom dobu ljudsko znanje udvostručuje svakih 14 godina.⁵ Stagnacija u razvoju bilo kog sektora privrede, pa i robnog prometa znači, u stvari, brzo nazadovanje. Pošto trgovina, posredno ili neposredno sublimira ceo društveni razvoj, to ova delatnost, u razvijenim zemljama i sredinama sveta, doživljava duboke transformacije — koje zatim po sistemu „povratnih sprega“ još više ubrzavaju promene razvojnog karaktera, što ova društva u pogledu ostvarenog napretka sve dalje diferencira od drugih.

Da bi se prilagodila savremenim odnosima i uslovima rada proizvodnih delatnosti, moderna trgovina prilagođava i menja svoju organizaciju i fizionomiju. Istovremeno ona menja i prilagođava svojim potrebama organizaciju i tehnologiju rada proizvodnih, saobraćajnih i drugih delatnosti. Rezultat tih promena je „razvojni skok“ koji se u svetu sada ostvaruje. Taj skok nema samo kvantitativne već ima i kvalitativne dimenzije. To je u osnovi revolucionarna metamorfoza u razvoju čovečanstva, koja već najavljuje, potpuno nove načine individualnog i društvenog bitisanja. Novi kvaliteti života, koje u određenim sredinama obezbeđuju moderna proizvodnja i promet, po svom značaju za ljudski rod verovatno prevazilaze nekadašnje uspele domete industrijskog društva koje je bilo zasnovano na masovnoj proizvodnji, specijalizaciji, koncentraciji, tipizaciji i standardizaciji, kao i drugim metodama privređivanja ovog društva. Postindustrijsko (informatičko, tehnotronsko) doba koje dolazi, pretpostavlja i obuhvata nešto potpuno novo, znatno složenije i razduženije, u šta se trgovina neposredno uključuje i čemu sama direktno doprinosi.

Ova knjiga u tom smislu ima ambiciju, da analizirajući protekli društveni razvoj i tok razvoja trgovine, kao i njenu sadašnju poziciju — sagleda i doglednu budućnost ove delatnosti, budućnost u smislu njenog daljeg uticaja na razvoj ljudske civilizacije. U kontekstu toga, izbor optimalne strategije društvenog i prostornog razvoja trgovine, prevazilazi okvire samo teorijskog razmatranja i dobija aplikativan smisao i u objašnjenju razvoja trgovine i robnog prometa i u našim uslovima.

Sadržina knjige je podeljena na devet poglavlja sa rezimeom, koja predstavljaju pojmovno povezane ali tematski diferencirane celine.

Prvo poglavlje govori o nauci i naučnicima u ekonomiji i trgovini. Ostala poglavlja obrađuju procese i odnose u društvenom razvoju, koji opredeljuju razvoj trgovine, a takode povratno, objašnjavaju i uticaj trgovine na opšti i pojedinačni društveni razvoj, kako u funkcionalnom tako i u prostornom smislu. Završni deo rada (rezime) posvećen je daljim pravcima razvoja jugoslovenske trgovine, u kontekstu velikih društvenih promena savremenog doba.

⁵ Prema MILANU MESARIĆU: *Suvremena znanstveno-tehnička revolucija*, Ekonomski institut, Zagreb, 1971. godine