

Irma Mašović Muratović
Amela Ljajić
Bećir Kalač

OSNOVI EKONOMIJE



Irma Mašović Muratović
Amela Ljajić • Bećir Kalač

OSNOVI EKONOMIJE

Doc. dr Irma Mašović Muratović
Msr ecc. Amela Ljajić
Prof. dr Bećir Kalač

Recenzenti

Prof. dr Mehmed Meta

Izdavač

Univerzitet u Novom Pazaru

Za izdavača

Prof. dr Suad Bećirović, rektor

Lektura

Rejhana Selmanović

Štampa

Graficolor-Kraljevo

Tiraž: 100

ISBN: 978-86-84389-83-3

Copyright © – Univerzitet u Novom Pazaru

Nije dozvoljeno da bilo koji deo ove publikacije bude reprodukovan, distribuiran ili umnožavan bez predhodne saglasnosti autora i izdavača. Sva prava su zadržana po odredbama Zakona o autorskim pravima.

Irma Mašović Muratović
Amela Ljajić • Bećir Kalač

OSNOVI EKONOMIJE



Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, 2023.

*Oni koji ne znaju neka uče,
a oni koji znaju neka nalaze zadovoljstvo
u tome da se podsećaju.*

Latinska izreka

SADRŽAJ

<i>Predgovor</i>	15
GLAVA I – PRAVCI RAZVOJA EKONOMIJE.....	17
1. EKONOMSKI PROBLEMI.....	17
1.1. Ekonomski problemi 30-tih godina XX veka.....	19
1.2. Ekonomski problemi u drugoj polovini XX veka	21
1.3. Ekonomski problemi na početku 21. veka	23
1.4. Ciklično kretanje privrede	26
2. GENERATORI EKONOMSKIH PROBLEMA	28
2.1. Neograničene želje i potrebe ljudi	28
2.2. Ograničenost resursa.....	29
2.2.1. Prirodni resursi	31
2.2.2. Resursi rada	34
2.2.3. Resursi kapitala	36
2.3. Endogeni i egzogeni faktori	37
3. REŠAVANJE EKONOMSKIH PROBLEMA	39
3.1. Značaj ekonomske misli	39
3.2. Vodeći ekonomski mislioci.....	40
3.2.1. Adam Smit	46
3.2.2. David Rikardo	48
3.2.3. Karl Marks	49
3.2.4. Džon Majnard Kejns	53
3.2.5. Savremena ekonomija	57
3.3. Uloga ekonomske nauke	59
GLAVA II – EKONOMIJA KAO DRUŠTVENA NAUKA	61
1. TERMINOLOŠKO ODREĐENJE POJMA <i>EKONOMIJA</i>	61
2. MIKROEKONOMIJA	63
2.1. Predmet mikroekonomije	64
2.2. Bazična mikroekonomska pitanja	66
2.2.1. Prvo pitanje: Šta proizvoditi?	67
2.2.2. Drugo pitanje: Kako proizvoditi?	68
2.2.3. Treće pitanje: Za koga proizvoditi?	69
2.2.4. Ekonomska organizacija.....	70

3.	MAKROEKONOMIJA	73
3.1.	Predmet i značaj makroekonomije	74
3.2.	Bazični makroekonomski problemi	75
3.2.1.	Inflacija	75
3.2.2.	Nezaposlenost	85
3.2.3.	Niska produktivnost	88
3.2.4.	Visoke kamatne stope	90
3.2.5.	Državni budžet	91
3.2.6.	Deficit trgovinskog i platnog bilansa	95
4.	GLOBALNA EKONOMIJA	96
4.1.	Karakteristike globalne ekonomije	97
4.2.	Osnovne komponente globalne ekonomije	98
4.2.1.	Internacionalna trgovina	98
4.2.2.	Internacionalne finansije	99
4.3.	Svetski ekonomski sistem	101
4.3.1.	Multilateralni finansijski sistem	102
4.3.2.	Multilateralni trgovinski sistem	104
4.3.3.	Multilateralne ekonomske integracije i organizacije	108
4.4.	Globalni ekonomski izazovi	109
4.4.1.	Neravnomeran razvoj	110
4.4.2.	Usporeni rast svetske privrede	111
4.4.3.	Siromaštvo	113
4.4.4.	Zaduženost zemalja u razvoju	115
4.4.5.	Produblјivanje nejednakosti unutar zemalja	118
4.4.6.	Finansijske krize	120
4.4.7.	Nedozvoljene ekonomske aktivnosti	122
4.4.8.	Energetska oskudica	124
4.4.9.	Ekološka ugroženost	125
4.5.	Održivi razvoj svetske privrede	127
5.	DRUGE EKONOMSKE DISCIPLINE	128
5.1.	Teorija opšte ravnoteže	128
5.2.	Ekonomske discipline	129
5.3.	Makroekonomska politika	130
5.4.	Teorija privrednog razvoja	130
5.5.	Institucionalna ekonomija	131
5.6.	Pozitivna ekonomija	132
5.7.	Normativna ekonomija	133
5.8.	Ekonomija blagostanja	135
5.9.	Nacionalna ekonomija	136
5.10.	Urbana ekonomija	136

5.11. Ekonomija ekologije	137
5.12. Ekonomija civilnog sektora	137
GLAVA III – EKONOMSKI METOD	139
1. EKONOMSKA TEORIJA	139
1.1. Varijabile	140
1.1.1. Endogene varijabile	141
1.1.2. Egzogene varijabile	142
1.1.3. Funkcije	142
1.1.4. Zavisne i nezavisne varijabile	144
1.2. Pretpostavke	145
1.3. Hipoteze	146
1.4. Verifikacije	147
1.5. Predviđanja	147
2. MARGINALNA ANALIZA	148
2.1. Marginalni iznos	150
2.2. Totalni iznos	150
2.3. Prosečni iznos	151
3. STATISTIČKA ANALIZA	152
3.1. Statistička tabela	153
3.2. Grafikon	153
3.3. Struktura	154
3.4. Indeksi	154
3.5. Proseci	155
3.5.1. Aritmetička sredina	156
3.5.2. Geometrijska sredina	157
3.5.3. Harmonijska sredina	157
3.5.4. Medijana	158
3.5.5. Modus	158
3.6. Opseg	159
3.7. Trend	159
3.8. Progresije	160
4. ANALIZA I SINTEZA	161
5. INDUKCIJA I DEDUKCIJA	162
6. KOMPARATIVNI METOD	163
7. ISTORIJSKI METOD	164
8. BILANSNI METOD	164

GLAVA IV – EKONOMSKI SISTEMI

– Institucije, mehanizmi i vlasništvo	167
1. OSNOVE EKONOMSKOG SISTEMA	167
1.1. Ekonomski mehanizmi	168
1.2. Vlasništvo	170
2. PRIVATIZACIJA	172
2.1. Analiza benefita i potencijalnih rizika privatizacije	173
2.2. Modeli privatizacije	174
2.3. Metodi privatizacije	177
3. MODELI PROMENE U VLASNIŠTVU I KONTROLI NAD IMOVINOM I INDUSTRIJOM	179
4. OBLICI EKONOMSKIH SISTEMA	181
4.1. Tradicionalna ekonomija	182
4.2. Komandna ekonomija	183
4.3. Mešovita ekonomija	185
4.4. Tranziciona ekonomija	186
4.5. Tržišna ekonomija	187
4.6. Nelegalna ekonomija	188
5. EVALUACIJA EKONOMSKIH SISTEMA	189
5.1. Trenutni životni standard	190
5.2. Ekonomski rast	191
5.3. Pravedna raspodela prihoda	192
5.4. Sigurnost životnog standarda	192
5.5. Ljudska prava i slobode	193
6. DRUŠTVENI SISTEM	194

GLAVA V – TRŽIŠNA MORFOLOGIJA

1. POJAM TRŽIŠTA	197
2. EVOLUTIVNI PUT TRŽIŠTA	198
2.1. Naturalni oblik privrede	198
2.2. Robni oblik privrede	199
2.2.1. Robni oblik privrede kao temelj nastanka i razvoja novca	200
2.3. Robnonovčani odnosi	201
2.3.1. Kružni tok robe i novca: transformacija trgovine i razvoj novca	202
2.3.2. Vrste novca	205

10

3. FUNKCIJE TRŽIŠTA	206
4. KLASIFIKACIJA TRŽIŠTA	207
4.1. Prostorni aspekt tržišta	208
4.2. Predmetni aspekt tržišta	208
4.3. Uslovi razmene kao aspekt tržišta	210
4.4. Konkurentski odnosi kao aspekt tržišta	211
4.5. Strateški aspekti ulaska na međunarodno tržište.....	212
4.6. Istraživanje kao aspekt tržišta.....	213
5. MEHANIZAM FUNKCIONISANJA TRŽIŠTA.....	215
5.1. Ekonomske zakonitosti	217
5.2. Analiza cena i teorija vrednosti	218
5.2.1. Teorija radne vrednosti.....	219
5.2.2. Teorija marginalne koristi	220
5.2.3. Teorija diferencijacije	222
5.2.4. Harmonizacija teorija za celovito razumevanje cena	223
5.3. Oportunitetni trošak	223
5.3.1. Granica proizvodnih mogućnosti	225
5.3.2. Zakon opadajućih prinosa	227
6. TRŽIŠNI POTENCIJAL	229
GLAVA VI – AKTERI TRŽIŠNE SCENE	231
UČESNICI NA TRŽIŠTU	231
1. AKTERI PRIVATNOG SEKTORA	232
1.1. Domaćinstva kao tržišni akteri privatnog sektora.....	232
1.1.1. Funkcije domaćinstva	234
1.1.2. Ekonomska uloga domaćinstva.....	234
1.2. Preduzeća kao tržišni akteri privatnog sektora	235
1.2.1. Definisavanje preduzeća i njegovi ciljevi	236
1.2.2. Vrste preduzeća	237
1.2.3. Racionalno ponašanje preduzeća	245
1.3. Akteri javnog sektora.....	251
1.3.1. Promene u ulogama države u privrednom sistemu kroz istoriju	253
1.3.2. Razlozi za državnu intervenciju.....	255
1.3.3. Razlozi protiv državne intervencije.....	259
1.3.4. Racionalno ponašanje države	260
1.4. Akteri nevladinog sektora.....	261
1.4.1. Racionalno ponašanje aktera nevladinog sektora	262

Glava VII – TRŽIŠNE STRUKTURE.....	265
1. DINAMIKA KONKURENCIJE.....	265
2. TRŽIŠNA STANJA	267
3. POTPUNA KONKURENCIJA	272
3.1. Uslovi postojanja savršeno konkurentnog tržišta	273
4. MONOPOLSKO TRŽIŠTE.....	277
4.1. Osnovne postavke modela	279
4.2. Uzroci nastanka monopola u tržišnim privredama.....	284
5. OLIGOPOL.....	286
6. SAVREMENO TRŽIŠTE	288
6.1. Karakteristike savremenog tržišta	289
6.1.1. Oblici diferenciranja proizvoda.....	290
GLAVA VIII – TRŽIŠNE SNAGE.....	293
1. DEFINISANJE TRŽIŠNIH SNAGA	293
2. RAZUMEVANJE KONCEPTA TRAŽNJE NA TRŽIŠTU	293
2.1. Skala i kriva tražnje	295
3. KRŠENJE ZAKONA TRAŽNJE.....	297
4. NECENOVNE DETERMINANTE POTRAŽNJE	300
5. ELASTIČNOST TRAŽNJE.....	302
5.1. Koeficijent direktne elastičnosti tražnje	302
5.2. Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje	306
5.3. Koeficijent dohodovne elastičnosti tražnje	310
6. RAZUMEVANJE KONCEPTA PONUDE.....	312
6.1. Individualna ponuda	312
6.2. Tržišna ponuda.....	315
6.3. Necenovne determinante ponude	317
6.4. Elastičnost ponude.....	319
7. TRŽIŠNA RAVNOTEŽA	322
7.1. Višak tražnje i višak ponude.....	324
7.2. Promene tržišne ravnoteže	326
Glava IX – TROŠKOVI	329
1. POJAM TROŠKOVA.....	329
1.1. Troškovi i utrošci	330

1.2. Troškovi i rashodi	331
1.3. Troškovi i cene	331
2. TROŠKOVI PREDMETA RADA	332
2.1. Ekonomisanje predmetima rada i njihovo tržišno vrednovanje	333
3. TROŠKOVI SREDSTAVA RADA	335
3.1. Amortizacija i metode obračuna	335
3.1.1. Vremenske metode amortizacije	336
3.1.2. Funkcionalna metoda amortizacije	340
3.1.3. Amortizacioni fond	342
3.1.4. Amortizacija u poslovnom kontekstu	343
4. TROŠKOVI RADA	344
4.1. Rad i cena rada	345
4.2. Metode utvrđivanja nadnica	346
5. TROŠKOVI I OBIM PROIZVODNJE	348
5.1. Fiksni troškovi	348
5.2. Varijabilni troškovi	350
5.3. Ukupni troškovi	352
5.4. Marginalni troškovi	354
6. OSNOVNI CILJEVI PREDUZEĆA	356
6.1. Optimizacija troškova proizvodnje	356
6.2. Maksimiziranje profita	361
Glava X – FORMIRANJE CENA	367
1. SPECIFIČNI OBLICI CENA	367
2. FORMIRANJE CENA U SLOBODNOJ KONKURENCIJI	367
2.1. Cena kao rezultat ponude i tražnje na tržištu	368
2.2. Cena kao rezultat ekonomske dinamike	369
2.3. Uticaj marže na formiranje cena	370
2.3.1. Dugoročno najniža cena	372
2.3.2. Kratkoročno najniža cena	374
2.4. Porezni aspekti cena	375
2.4.1. Porez na dodatu vrednost (PDV)	375
2.4.2. Primena i obračun PDV	378
2.4.3. Uticaj različitih poreza na cene proizvoda i usluga	381
3. CENE U USLOVIMA OGRANIČENE KONKURENCIJE	382
4. CENE U USLOVIMA DRŽAVNOG INTERVENCIONIZMA	383
4.1. Direktni uticaj na cene (administrativne cene)	384

4.2. Indirektni uticaj na cene	386
5. UTICAJ TEHNOLOŠKIH INOVACIJA NA FORMIRANJE CENA	388
6. KALKULACIJA CENE	389
6.1. Oblikovanje cena u poslovnom kontekstu	391
7. PARITETNE CENE	392
Glava XI – EKONOMSKI AGREGATI	399
1. ANALIZA EKONOMSKIH AGREGATA	399
2. MIKROEKONOMSKI AGREGATI	400
2.1. Ukupan prihod	400
2.2. Troškovi poslovanja	403
2.3. Poslovni rezultat	403
3. MAKROEKONOMSKI AGREGATI	406
3.1. Društveno bogatstvo	406
3.2. Prirodno bogatstvo	408
3.3. Ukupno bogatstvo	409
3.4. Bruto društveni proizvod	410
3.4.1. Struktura bruto društvenog proizvoda	415
3.4.2. Realni i nominalni bruto društveni proizvod	418
3.5. Ostali makroekonomski agregati	421
Literatura	429

PREDGOVOR

Priručnik koji se predaje sudu javnosti predstavlja univerzitetski udžbenik za predmet Osnovi ekonomije koji postoji u nastavnom planu kao obavezan predmet u programu osnovnih studija. Priručnik je namenjen studentima fakulteta na kojima se izučavaju ekonomske nauke, kao nastavno sredstvo, ali i svim zainteresovanim za bliže upoznavanje mehanizama funkcionisanja savremene tržišne privrede na mikro i makro nivou društvene organizacije.

Osnovi ekonomije podrazumevaju fundamentalne koncepte, principe i teorije koji se koriste za razumevanje kako društva upravljaju svojim resursima i donose odluke o proizvodnji, raspodeli i potrošnji dobara i usluga. Ekonomske odluke utiču na pojedince, domaćinstva, preduzeća i društvo u celini i upravo zbog važnosti razumevanja ove tematike u svakodnevnom životu, glavni cilj priručnika je omogućavanje temeljnog razumevanja ekonomije i ekonomskih pojmova koji će osposobiti čitaoce za kritičko razmišljanje i pružiti pomoć u donošenju odluka o ličnim finansijama, investicijama, politici i drugim oblastima.

Najviše pažnje i prostora u priručniku posvećeno je prikazu ekonomskih mehanizama i tržišnog ambijenta u kojem domaćinstva (potrošači) zadovoljavaju svoje potrebe, preduzeća obavljaju poslovnu aktivnost i država ostvaruje svoje ekonomske funkcije. Priručnik je osmišljen kako bi pružio informacije u skladu s najnovijim saznanjima, što će omogućiti čitaocima bolje razumevanje ekonomskih pojava.

U nadi da će priručnik pružiti korisno znanje koje ima stvaran uticaj na okruženje i omogućiti donošenje boljih ekonomskih odluka, primarna želja autora je da se pokaže posvećenost i briga prema čitaocima. Iz tog razloga, sve dobronamerne kritike, pitanja i sugestije su dobrodošle.

Novi Pazar, 2023. godine.

Glava I – PRAVCI RAZVOJA EKONOMIJE

Da bi se povećalo bogatstvo jednog naroda, treba poštovati jedan veliki princip: oni koji ga stvaraju – treba da su mnogobrojni, oni koji ga troše – malo brojni; oni koji ga stvaraju treba da su brzi, oni koji ga troše treba da su spori. Samo u tom slučaju bogatstvo će biti dovoljno.

KONFUČIJE

1. EKONOMSKI PROBLEMI

Mnogi društveni, politički, socijalni i drugi problemi koji opterećuju savremeni svet po svom karakteru su ekonomski. Sa njima se svakodnevno suočavaju, u većoj ili manjoj meri, pojedinci, porodice (domaćinstva), preduzeća, regioni, pojedinačne države i svet u celini. Čak i kad neki problem koji pogađa društvo, na prvi pogled izgleda „neekonomski“, u njegovoj biti, po pravilu, uvek je sadržana i odgovarajuća ekonomska komponenta, više ili manje prepoznatljiva.

Razlozi zbog kojih ekonomski problemi nastaju su mnogobrojni, a najčešće ih uzrokuju:

- *Neadekvatna raspodela resursa:* Ako resursi nisu pravedno raspoređeni u društvu, to može dovesti do siromaštva, nejednakosti i nepravde. Neravnomerna raspodela bogatstva može izazvati socijalne nemire i ekonomske probleme.
- *Institucionalna slabost:* Neefikasne ili korumpirane institucije, uključujući vladu, regulatorna tela i pravosuđe, mogu da ometaju pošteno funkcionisanje tržišta i stvaranje poverenja među ekonomskim učesnicima.

- *Neefikasna tržišta*: Kada tržišta nisu dovoljno konkurentna, kada postoje poremećaji na tržištu ili postoje dominantne pozicije učesnika, cene i kvalitet proizvoda i usluga mogu biti nepovoljni za potrošače, što dovodi do ekonomskih problema.
- *Nezaposlenost*: Visoka stopa nezaposlenosti može smanjiti potrošnju, a time i ekonomski rast. Ovo može biti zbog ekonomske recesije, promena u tehnologiji ili drugih faktora.
- *Inflacija*: Prekomerna inflacija, odnosno stalno povećanje opštih cena dobara i usluga, može da smanji kupovnu moć potrošača i vrednost novca, što dovodi do ekonomskih teškoća.
- *Spoljni šokovi*: Prirodne katastrofe, međunarodni događaji, promene u cenama nafte ili drugih resursa i slični spoljni faktori mogu izazvati ekonomske poremećaje.
- *Demografske promene*: Starenje stanovništva i niska stopa nataliteta mogu da izvrše pritisak na društvene i ekonomske sisteme, kao što su povećani troškovi za penzije i zdravstvene usluge.
- *Nepovoljna fiskalna politika*: Loše vođena fiskalna politika, u koju spadaju prekomerna potrošnja, visoki porezi ili neodgovorno upravljanje javnim dugom, mogu dovesti do ekonomskih problema kao što su rast dugova i smanjeno poverenje investitora.
- *Promene u globalnoj trgovini*: Promene u međunarodnoj trgovini, uključujući carine, trgovinske sporove ili promene međunarodnih sporazuma, mogu imati negativan uticaj na ekonomiju zemlje.

Svi ovi faktori mogu biti međusobno povezani zbog čega njihovo rešavanje zahteva pažljivo planiranje, saradnju između različitih sektora društva i odgovornost u vođenju ekonomske politike.

Svako društvo ima specifične i za dato vreme karakteristične ekonomske probleme na svakom nivou društvene organizacije, to jest na mikro, makro, regionalnom i globalnom planu. Oblik njihovog ispoljavanja se kontinuirano menja u vremenu i prostoru, ali

ekonomski problemi kao takvi uvek ostaju. Dobro poznata izreka „da biste razumeli budućnost morate znati prošlost“, ima duboko značenje jer poznavanje prošlosti pruža informacije i iskustva koja mogu pomoći boljem shvatanju i predviđanju događaja u budućnosti. Posebno je važno poznavanje i proučavanje ekonomske i političke istorije koja može pomoći u razumevanju kako su se događaji kao što su ekonomske krize, ratovi ili političke promene odvijali u prošlosti, jer se na osnovu tih saznanja mogu bolje razumeti mogući scenariji i posledice ekonomskih i političkih odluka u budućnosti. Vodeći se ovakvim shvatanjem u nastavku sledi kratak osvrt na ranija dešavanja.

1.1. Ekonomski problemi 30-tih godina XX veka

Tridesete godine prošlog veka bile su izuzetno turbulentan period u svetskoj ekonomiji, obeležen raznim ekonomskim problemima, a posebno su bile značajne zbog globalne ekonomske krize poznate kao Velika depresija (Great Depression).

Glavni ekonomski problemi koji su obeležili taj period:

- Velika depresija: Izazvana krahom berze u oktobru 1929. godine, poznata kao „Crni utorak“, označila je početak ozbiljne finansijske krize. Na njujorškoj berzi, cene akcija su dramatično pale, što je izazvalo finansijsku paniku i masovno povlačenje novca iz banaka. Velika depresija je zatim brzo zahvatila gotovo svaku zemlju na svetu i trajala je tokom većeg dela tridesetih godina prošlog veka.
- Nezaposlenost: Tokom Velike depresije, stopa nezaposlenosti je dramatično porasla u mnogim zemljama, dostigavši rekordne nivoe. Veliki broj ljudi je ostao bez posla, što je dodatno produbilo ekonomsku krizu.
- Kolaps banaka: Zbog panike i povlačenja depozita, mnoge banke su propale tokom Velike depresije, što je dovelo do gubitka poverenja javnosti u bankarski sistem i podstaklo

povlačenje sredstava iz banaka, a samim tim i gubitak poverenja u finansijski sistem.

- Deflacija i smanjena potrošnja: Jedan od ključnih problema u tom periodu bila je opšta deflacija, odnosno pad opšteg nivoa cena robe i usluga. Pad vrednosti zaliha i bankarski kolapsi doveli su do gubitka bogatstva potrošača, što je rezultiralo smanjenom potrošnjom dobara i usluga.
- Protekcionizam: Plašeci se ekonomske štete, mnoge zemlje su primenile protekcionističke mere, uključujući carine i trgovinska ograničenja, kako bi zaštitile domaću industriju. Ovo je dodatno pogoršalo svetsku ekonomsku situaciju i smanjilo globalnu trgovinu.¹

Suočavanje sa ovakvim problemima dovodi do spoznaje nužnosti državne intervencije u ekonomiji i počinju se da se razvijaju teorijska razmišljanja o regionalnom razvoju i neophodnosti ublažavanja nejednakosti u geografskom rasporedu proizvodnih snaga unutar nacionalne privrede. Kapitalistički svet, suočen s velikom ekonomskom krizom, postaje sve osetljiviji prema ideji da su mere državnog intervencionizma ključne za smanjenje regionalnih dispariteta i uspostavljanje adekvatnog teritorijalnog rasporeda proizvodnih snaga.

Postepeno shvatanje da regionalne protivurečnosti predstavljaju prepreku ubrzanom razvoju visoko razvijenih industrijskih zemalja postavlja osnovu za prepoznavanje potrebe za celovitim pristupom. Ovaj pristup nije samo ekonomske prirode, već obuhvata i druge društvene protivurečnosti koje se akumuliraju kao rezultat nejednačenog regionalnog razvoja. Kapitalističko društvo prepoznaje nužnost delovanja radi smanjenja regionalnih dispariteta i postizanja održivijeg teritorijalnog rasporeda proizvodnih resursa.²

¹ Kindleberger, C. P. (1973). *The World in Depression 1929–1939*. Sjedinjene Američke Države.

² Rosić, I. (2003). *Nacionalna makroekonomija – rast, struktura i funkcionisanje*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, str. 474.

Međutim, nedostatak efikasnih mera i koordinacije između zemalja vodile su ka daljem pogoršanju situacije, a zbog siromaštva i nezaposlenosti mnoge zemlje su se suočavale sa socijalnim i društvenim nemirima i političkom nestabilnošću.³

Vlade širom sveta pokušavale su da odgovore na ekonomske probleme primenom različitih fiskalnih politika i ekonomskim merama kako bi ublažile posledice i podstakle ekonomski oporavak. Međutim, rešavanje i okončanje Velike depresije bio je dug i složen proces zbog čega je period tridesetih godina prošlog veka izvršio trajan uticaj na svetsku ekonomiju, a mnogi ekonomisti i političari iz tog vremena naučili su važne lekcije koje su oblikovale buduće ekonomske politike i sisteme, kako bi se izbegle slične krize u budućnosti.

1.2. Ekonomski problemi u drugoj polovini XX veka

Drugu polovinu 20. veka obeležili su brojni ekonomski problemi širom sveta, koji su nastali kao rezultat geopolitičkih promena, trgovinskih odnosa, političkih odluka i tehnološkog napretka.

Tokom 50-tih godina prošlog veka inflacija je postala glavni uzrok privrednih teškoća i disproporcija u mnogim zemljama, što je dovelo do smanjenja vrednosti novca i smanjenja kupovne moći stanovništva. Neka društva su se suočila sa hiperinflacijom, koja je imala pogubne posledice po ekonomiju i društvenu stabilnost.

Usporavanje privrednog rasta dominiralo je tokom druge polovine 60 - tih godina prošlog veka.

Centralni problem 70-tih godina prošlog veka bio je porast troškova energije zbog naftnih kriza. Dva ključna naftna šoka dogodila su se tokom 1970-ih. Oba šoka dovela su do naglog rasta cena nafte, što je izazvalo recesiju i inflaciju u mnogim zemljama koje su zavisile od uvoza nafte.⁴ Uznemiravajuća kombinacija sve veće nezaposlenosti,

³ Roth, B. (2009). *The Great Depression: A Diary*. Sjedinjene Američke Države.

⁴ Hobsbawm, E. J. (1994). *The Age of Extremes: The Short Twentieth Century 1914–1991*.

inflacije, usporenijeg privrednog rasta, rastući javni dug su odlike po kojima su ostale upamćene 1970-te i 1980-te godine.

Globalna trgovina kao značajan generator ekonomskih dešavanja je doživela značajan rast, ali umesto pozitivnog uticaja došlo je do trgovinske neravnoteže u spoljnoj trgovini jer su pojedine zemlje više uvezile nego što su izvezile, što je dovelo do devalvacije valute i smanjenja industrijske konkurencije.

Lančana povezanost dešavanja u drugoj polovini 20. veka rezultirala su nejednakošću u raspodeli bogatstva i prihoda, zbog čega je jaz između bogatih i siromašnih delova društva postajao sve veći, a društvene tenzije i politička nestabilnost sve izraženija.⁵

Odlike 90-tih godina prošlog veka su bile dinamiziranje privrednog rasta i povećanje zaposlenosti, sledeći ekonomsku doktrinu neoliberalizma, koju su najupornije propagirali i energično sprovodili američki predsednik Ronald Regan, po njemu je nastao termin reganizam, i britanska premijerka Margaret Tačer i po njoj nazvan tačerizam.⁶

Poslednju dekadu prošlog veka obeležilo je intenziviranje procesa globalizacije ekonomije, prava i politike u svetskim razmerama i tranzicije privreda bivših socijalističkih zemalja ka tržišnom načinu privređivanja i privatnoj svojini.⁷ Tehnološki napredak i globalizacija doveli su do industrijskog restrukturiranja i promena u zapošljavanju. Neki sektori, kao što je tradicionalna proizvodnja, primorani su da otpuštaju radnike zbog smanjenog obima posla, dok su novi sektori, poput informacionih tehnologija, doživeli brz rast.

Ovi ekonomski problemi nisu bili univerzalni i nisu se javljali istovremeno u svim zemljama, ali su izvršili dubok i dugoročan uticaj na svetsku ekonomsku situaciju i društvo. Mnoge od ovih tema su i

⁵ Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*.

⁶ Lipsey, R. G., Steiner P. O., Purvis, D. (1987). *Economics (7th. ed.)*. Publishers: Harper & Row, New York.

⁷ Đukić, P. (2009). *Globalizacija krize i ekonomski razvoj Srbije. Kriza i globalizacija*. Beograd.

danas aktuelne, jer se svet i dalje suočava sa izazovima i traži rešenja za bolju ekonomsku budućnost.

1.3. Ekonomski problemi na početku 21. veka

Prvu dekadu 21. veka, pored globalizacije svetske privrede i okončavanja procesa tranzicije u bivšim socijalističkim državama, karakteriše pojava finansijske krize 2008. godine koja je počela kao kriza u sektoru nekretnina i hipoteka u Sjedinjenim Američkim Državama, ali se brzo proširila na globalno finansijsko tržište. Bankrotstvo poznate investicione banke Lehman Brothers i niz drugih finansijskih institucija dovelo je do masovnog gubitka poverenja u finansijski sektor, što je rezultiralo ozbiljnim ekonomskim padom širom sveta.

Vodeće svetske ekonomije, na čelu sa SAD, Japanom i Nemačkom, ušle su u recesiju, koja se dalje širila na mnoge zemlje. Došlo je do drastičnog usporavanja privrednog rasta, stagniranja ili nazadovanja. Drastično je povećana nezaposlenost (procenjuje se da je u svetu, tokom 2009. godine bez posla ostalo oko 50 miliona lica), industrije su propadale, a potrošnja je opala, što je dodatno usporilo rast svetske ekonomije.

Mnoge zemlje su se suočavale sa visokim nivoom javnog duga, što je otežavalo pružanje javnih usluga, smanjivalo investicije i dovodilo do ozbiljnih fiskalnih problema, što se u krajnjoj liniji odrazilo na kvalitet života ljudi. Može se sa sigurnošću tvrditi da nije bilo onih koji nisu osetili negativne efekte od ove krize. Ovi problemi su zahtevali složena ekonomska i politička rešenja, saradnju i inovativne strategije kako bi se postigao održiv i prosperitetan ekonomski razvoj.

Interesantno je poređenje pristupa države u upravljanju i kontrolisanju pomenutih ekonomskih kriza i ukazivanje na značajno razlikovanje angažovanja države zavisno od specifičnih uslova i potreba ekonomije u tom trenutku.

U periodu Velike depresije, države su uglavnom sprovodile konzervativne fiskalne politike, što znači da su se uglavnom oslanjale na

smanjenje javnih rashoda i povećanje poreskih stopa kako bi smanjile budžetski deficit. Centralne banke su sprovođenjem restriktivne monetarne politike pokušavale da održe stabilnost valute i spreče inflaciju. To je često dovelo do deflacije i dodatnog smanjenja potrošnje, zbog čega je ovakav pristup, pogoršao ekonomske probleme, smanjio potrošnju i produbio recesiju. Minimalna intervencija države u spašavanju banki i preduzeća od propasti je dovela do daljeg pogoršanja ekonomske situacije i povećanja nezaposlenosti.

Finansijska kriza 2008. godine, dovela je do drugačijeg pristupa država u rešavanju problema. Ova kriza je takođe imala globalne posledice, ali je država preduzela različite mere kako bi se nosila s njom. Mnoge zemlje su primenile ekspanzivnu fiskalnu politiku, povećavajući javne rashode i smanjujući poreske stope kako bi podstakle potrošnju i investicije. Ovo je imalo za cilj podsticanje ekonomske aktivnosti i izlazak iz recesije, u čemu se u mnogome pomogle Centralne banke su sprovođenjem labavije monetarne politike, smanjivanjem kamatnih stopa i pružanjem likvidnosti finansijskom sektoru. U ovoj krizi, države su preuzele aktivniju ulogu u spašavanju banaka i ključnih finansijskih institucija kako bi sprečile sistemski kolaps finansijskog sektora i ponavljanje sličnih problema.

Na važnost aktivnog učešća države u regulaciji ekonomskih kategorija i tržišnih dešavanja ukazuje američki ekonomski ekspert Džozef E. Stiglic, dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju (2001) koji u intervju za dnevne novine Politika između ostalog, ističe da se: „pokazalo da je doktrina 'tržište je najbolji regulator' lažna. Svi su želeli minimum državne regulative i naneli su štetu od koje je patio ceo svet. Regulacija je veoma važna jer utiče na celokupnu globalnu ekonomiju“⁸ i time sugerise na pronalaženje balansa između tržišta i države. Kombinacija fiskalne i monetarne stimulacije su pozitivno intervenisale u spasavanju ključnih finansijskih institucija i uz regulaciju i nadzor finansijskog tržišta sprečen je potpuni kolaps finansijskog sistema. Međunarodna saradnja je takođe bila ključna

⁸ Stiglic, Dž. (2009). *Najgore je prošlo, ali svetska ekonomija ostaje i dalje slaba*. www.politika.co.rs, 5. jul.

u rešavanju problema. Zemlje su saradivale na regulaciji finansijskog tržišta čime se očuvalo poverenje i sprečilo širenje panike na tržištima.

Važno je napomenuti da oporavak od krize nije bio isti u svim zemljama i da je trajao različito vreme u zavisnosti od ekonomske situacije, politike i resursa svake zemlje. Dok je oporavak od finansijske krize bio u punom zaletu, dok je svetska ekonomija iscrtavala uzlaznu putanju došlo je do novih poremećaja koje je sada izazvao Koronavirus (COVID-19), nakon čega je proglašena globalna pandemija koja je imala još jednom izvršila ozbiljan uticaj na svetsku ekonomiju. Pandemija je iznenada izazvala globalnu zdravstvenu i ekonomsku krizu bez presedana, koja je dovela do ponovnog pada ekonomske aktivnosti, prekida u snabdevanju, finansijske nestabilnosti, ograničenja putovanja, zatvaranja preduzeća, gubitak radnih mesta, velikog pada potražnje i pada svetske trgovine.

Poučene predhodnim iskustvima i saznanjima o efektima različitog postupanja, vlade širom sveta su relativno brzo odgovorile na ekonomske probleme izazvane Koronavirusom, različitim merama, uključujući fiskalne stimuluse, monetarne intervencije, pomoć preduzećima i građanima, kao i mere zaštite zdravlja i na taj način izbegle očekivani kolaps sistema.

Ovim je potvrđena ispravnost predhodno navedenog stava i tvrdnje nobelovca Dž. Stiglicia da je neophodno uspostaviti balans između tržišta i država, i da se regulisanjem može pozitivno uticati na globalnu ekonomiju.

Krize, posebno one koje dobiju karakter globalnih kriza, kao što su ekonomske recesije ili pandemije, često su teško predvidive i ne mogu se u potpunosti izbeći, ali odgovarajuće ekonomske politike i mere mogu pomoći u smanjenju rizika i ublažavanju posledica.

Krize se međusobno razlikuju što potvrđuju i poslednje dve krize (kriza iz 2008. godine i pandemija COVID-19) koje se suštinski razlikuju po svojim uzrocima i posledicama, ali postoji određena povezanost u smislu da su obe izazvale globalne ekonomske poremećaje i zahtevale su brze i sveobuhvatne odgovore. Povezanost ove

dve krize može se posmatrati kroz preduzete akcije i odgovore na nastale probleme, koji se ogledaju u fiskalnim i monetarnim stimulacijama, spašavanju finansijskog sektora i međunarodnoj saradnji.

Takođe, pozitivni efekti određenog postupanja vlada pružaju važne lekcije koje će pomoći u boljoj pripremi za buduće izazove, a stečena iskustva će doprineti boljem upravljanju sličnim krizama u budućnosti koje će neminovno izbijati i uticaće na jačanje otpornosti svetske ekonomije.

1.4. Ciklično kretanje privrede

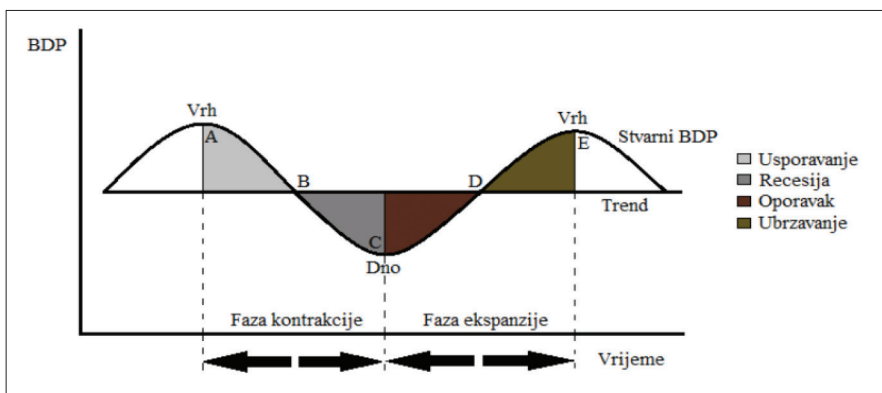
Sve tržišne privrede su izložene usponima i padovima ukupne ekonomske aktivnosti. Problem privrednih ciklusa je makroekonomski problem koji se sve više analizira u teoriji makroekonomije, gde se teoretičari trude da objasne zašto dolazi do cikličnog kretanja privrede i ukazuju na posledice ovakvog kretanja u privredi. Pojava cikličnih kretanja privrede glavni je uzročnik zašto nije moguće postići ciljeve makroekonomske politike, kao što su puna zaposlenost, niska inflacija, rast i razvoj privrede i dr.. Kretanje privrednih ciklusa nije periodično, ne javljaju se prema unapred predviđenim terminima, nemaju fiksno vreme trajanja. Trajanje ciklusa varira, pa imamo krize koje su trajale od nekoliko godina do jedne godine.⁹ Analizom svih navedenih kriza¹⁰, koje su obeležile noviju istoriju sveta, zaključuje se da se krize dešavaju ciklično i da im je kretanje nepravilno.

Ekonomska teorija, kod privrednih ciklusa raspoznaje četiri faze:

⁹ Abel, B. A., Bernanke, S. B. (1995). *Macroeconomics*. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

¹⁰ Prema mišljenju poznatog analitičara privrednih ciklusa, Okuna: „za razliku od uragana, recesiju možemo sprečiti kao i avionske nesreće. Međutim, avionske nesreće nisu u potpunosti nestale i nije sasvim sigurno posedujemo li mogućnost ili mudrost da u potpunosti uklonimo recesije. Faktori koji prouzrokuju recesije još uvek su u vazduhu i samo čekaju svoju priliku.“ Videti: Okun, A.M. (1970). *The Political Economy of Prosperity*. New York, pp. 33.

1. Usporavanje,
2. Recesiju,
3. Oporavak,
4. Ubrzavanje.¹¹



Grafik 1. Ciklično kretanje privrede

Prva faza: Kriza ili usporavanje privrednih aktivnosti, rast nezaposlenosti, pad cena, pad nivoa proizvodnje, smanjenje štednje.

Druga faza: Resecija, predstavlja najniži nivo proizvodnje, visoku inflaciju i najveću stopu nezaposlenosti. Najniža tačka u ovom cikličnom kretanju upravo se dostiže u ovoj fazi i zove se dno ciklusa. Dno predstavlja da je završena jedna faza i počinje nova faza.

Treća faza: Oporavak. Dolazi do rasta štednje stanovništva, jačaju investicione aktivnosti, raste zaposlenost i proizvodnja.

Četvrta faza: Ubrzavanje se nadovezuje na predhodnu fazu i smenjuje je brzim razvojem privrede. Na vrhu ove faze, veličine proizvodnje i zaposlenosti dostižu svoj maksimum.

Jedno od najtežih pitanja koje postavlja makroekonomska teorija jeste: Zašto dolazi do kriza? Mnogi teoretičari su pokušali da daju odgovor na ovo pitanje. Prema Robinsonu i Kejnsu, ciklusi se

¹¹ Fischer, B. D., Dornbusch, S. (1994). *Economics*. The McGraw-Hill Companies, London.

dešavaju zbog niske potrošnje, koja je nastala kao posledica smanjene platežne sposobnosti stanovništva.¹² Prema Hajeku, ciklusi se dešavaju zbog lošeg vođenja ekonomske politike (viškovi proizvodnje).

2. GENERATORI EKONOMSKIH PROBLEMA

U središtu faktora koji primarno generišu ekonomske probleme se nalazi nesklad između želja i potreba, odnosno onoga što ljudi žele i onoga što im zaista treba. Ovo je uobičajena pojava u društvu i ima značajan uticaj na ekonomiju, ponašanje potrošača i širu socijalnu dinamiku.

2.1. Neograničene želje i potrebe ljudi

Ljudske želje i potrebe za robom (dobrima i uslugama) su neograničene, što sa društvenim, privrednim, tehničkim i tehnološkim razvojem dolazi do punog izražaja.

Želje su subjektivne i emocionalne težnje pojedinaca ka stvarima, uslugama, iskustvima ili statusu i često se formiraju pod uticajem oglašavanja, društvenih normi, kulture i drugih faktora.

Potrebe predstavljaju osnovne zahteve za opstanakom i blagostanjem pojedinca. To uključuje osnovne potrebe kao što su hrana, voda, stanovanje, odeća i zdravstvena zaštita.

Kada postoji nesklad između želja i potreba, potrošačko ponašanje je promenljivo. Ljudi često troše novac na stvari koje nisu nužne ili ne doprinose njihovom osnovnom blagostanju, već ispunjavaju njihove želje. Istrajnost na ispunjavanju želja može biti problematična i ima potencijalne negativne posledice, posebno kada su te želje neumerene ili neusklađene sa stvarnim potrebama. Često uzimanje kredita u cilju zadovoljenja svojih želja dovodi do prekomernog zaduživanja i finansijskih problema ako se dug ne može otplaćivati.

¹² Keyns, J. M. (1956). *Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca*. Beograd: Kultura.

Potreba za dobrima i uslugama se povećavaju i zbog ekspanzivnog povećanja broja stanovnika u svetu. Generalno, svetska populacija je bila u porastu tokom poslednjih decenija, i prema podacima Ujedinjenih nacija na planeti trenutno živi oko 8 milijardi ljudi, a procenjuje se da bi do 2100. godine svetska populacija mogla da premaši broj od 11 milijardi stanovnika, što će doneti niz problema.¹³

Rast svetske populacije vrši pritisak na raspoloživa dobra i prirodne resurse planete. Rast broja stanovnika povećava potražnju za hranom, vodom, energijom, prostorom za stanovanje i infrastrukturom i drugim resursima, što može dovesti do prekomerne eksploatacije i degradacije okoline.

Održivo upravljanje resursima postaje ključno kako bi se ublažili negativni efekti rasta stanovništva na životnu sredinu. To uključuje promovisanje energetske efikasnosti, obnovljive izvore energije, očuvanje šuma, održivost poljoprivredne prakse i upravljanje vodama kako bi se osiguralo da raspoloživi resursi budu ravnomerno raspoređeni i očuvani za buduće generacije.

Važno je naglasiti da svaka ekonomska aktivnost podrazumeva vršenje izbora među dostupnim opcijama. Ovaj izbor zahteva pažljivo razmatranje alternativnog ponašanja u svetlu postavljenih ciljeva. To uključuje procenu vrednosti onoga što se želi postići i analizu troškova koje je potrebno snositi da bi se to postiglo. Stoga, svaka ljudska aktivnost postaje „ekonomska“ kada se sredstva raspoređuju na temelju procene koristi i troškova koje svaka od dostupnih opcija nosi sa sobom.¹⁴

2.2. Ograničenost resursa

Resursi su sredstva, materijali, ili kapaciteti koji se koriste za zadovoljavanje potreba i ostvarivanje ciljeva ljudi i društava. Resursi su osnova svake ekonomske aktivnosti i ključni su za održivi razvoj

¹³ United Nations (2022). Department of Economic and Social Affairs. *World Population Prospects*, Population Division.

¹⁴ Miroljub, L. (1997). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Jugoslovenska knjiga, str. 19.

društva. Oni mogu biti različiti i obuhvataju sve ono što se koristi ili iskorišćava kako bi se nešto proizvelo, pružile usluge, ili ostvarili drugi ciljevi.

Poznata je ograničenost resursa u svetu, što se odnosi na činjenicu da postoje granice u količini, dostupnosti i različitoj raspoređenosti prirodnih resursa na Zemlji. To znači da se resursi ne mogu neograničeno koristiti ili trošiti jer će se, u suprotnom, iscrpeti ili će biti teško održavati ravnotežu između njihove potrošnje i obnavljanja.

Resurse možemo podeliti u nekoliko kategorija, od kojih su osnovne:

1. *Prirodni resursi*: oni koji se nalaze u prirodi i nisu rezultat proizvodnje od strane čoveka. Ovo područje uključuje ključne resurse poput vode, vazduha, zemljišta, šuma, minerala i ruda. Ovi resursi su suštinski za egzistenciju i opstanak ljudskih društava i imaju značajan uticaj na ekonomiju i životni standard.
2. *Resursi rada*: odnose se na ljudske potencijale, uključujući veštine, znanje, obrazovanje i radnu snagu. Ljudski resursi su ključni za razvoj društva i ekonomije. Ljudi su ti koji stvaraju, upravljaju i koriste ostale resurse, čineći ih dragocenim za postizanje ciljeva.
3. *Kapitalni resursi*: predstavljaju sredstva i alate koji se koriste za proizvodnju drugih dobara i usluga. Ovde spadaju fabrike, mašine, alati, infrastruktura i druga materijalna sredstva koja imaju ulogu u poboljšanju produktivnosti i razvoju ekonomija

Navedene kategorije resursa zajedno čine osnovu za razumevanje kako se resursi koriste u ekonomskim i društvenim aktivnostima. Pored ovih, tu su i finansijski resursi, koji obuhvataju novac i kapital za finansiranje projekata, investicija i drugih aktivnosti, kao i tehnološki resursi, koji uključuju tehnologiju, informacije i znanje koje unapređuju efikasnost i inovacije u različitim oblastima. Sve ove vrste resursa su međusobno povezane i zajedno oblikuju način na koji funkcionišu ekonomije i društva širom sveta.

2.2.1. Prirodni resursi

Prirodni resursi su sve one sirovine i materijali koje priroda pruža, a koje su od vitalnog značaja za ljudsku civilizaciju i ekonomiju. Osnovna karakteristika prirodnih resursa je njihova ograničenost, a ujedno i neophodnost za opstanak, blagostanje i razvoj ljudi i života na Zemlji zbog čega ih treba racionalno koristiti. Opšta podela prirodnih resursa jeste na obnovljive i neobnovljive.

Obnovljivi resursi su oni koji se mogu obnavljati u razumnom vremenskom periodu, kao što su sunčeva energija, voda, vetar, biomasa i geotermalna energija. Ovi resursi su održivi jer se mogu koristiti bez iscrpljivanja zaliha, pa su manje štetni po okolinu.

Neobnovljivi resursi su, s druge strane, resursi koji su ograničeni i ne mogu se obnoviti u praktičnim vremenskim okvirima. To uključuje fosilna goriva poput nafte, uglja i prirodnog gasa, kao i mineralne resurse poput zlata, srebra i bakra. Pošto se koriste, ovi resursi se iscrpljuju i neophodno je pronaći održive alternative kako bi se obezbedio oslonac na druge izvore energije i materijala.

Nažalost, nagli porast svetske populacije uzrokuje značajne posledice pri potrošnji prirodnih resursa i stepenu degradacije životne sredine. Održivo upravljanje prirodnim resursima je od ključne važnosti u cilju zaštite i očuvanja životne sredine, zbog čega je neophodno smanjenje prekomerne eksploatacije resursa kao i usmeravanje ka obnovljivim izvorima energije.

Zagađenost životne sredine se posmatra kroz tri osnovna medijuma, a to su zagađenje vazduha, vode i zemljišta, što vrši neizmeran uticaj na prirodni svet na Zemlji, ugrožavajući perspektive opstanka života. Jedan od najočiglednijih problema je zagađenje vazduha, koje predstavlja veliki izazov za čovečanstvo. Ovaj problem je toliko širok da se često koristi kao sinonim za narušavanje ekosistema Zemlje. Zagađenost vazduha je četvrti uzrok iznenadne smrti ljudi i procenjuje se da godišnje oko 12,5 miliona ljudi koji su izloženi zagađenju vazduha umire širom sveta.¹⁵

¹⁵ Staletić, P., Staletić, N. (2017). *Internet servisi – priručnik*. Beograd: Visoka škola elektrotehnike i računarstva, str. 89.

Voda je resurs neophodan za opstanak i ima mnoge namene, uključujući upotrebu za piće, navodnjavanje, proizvodnju električne energije i industriju, zbog čega su izvori vode takođe ključni resurs za opstanak života na Zemlji. Nažalost, gotovo polovina svetske populacije suočava se sa izazovima nedostatka bakteriološki i hemijski ispravne vode za piće.¹⁶

Zemljište i poljoprivredni resursi su od suštinske važnosti za proizvodnju hrane i osiguravanje prehrambene sigurnosti, zbog čega je očuvanje zemljišta i poboljšanje načina njegovog korišćenja od značaja za budućnost planete. Nažalost, količina obradivog zemljišta se smanjuje, bilo kao posledica klimatskih promena, koje obradivo zemljište pretvaraju u pustinje, bilo krčenjem poljoprivrednog zemljišta i pretvaranjem u građevinsko, bilo trovanjem zemljišta usled upotrebe veštačkih supstanci i đubriva. Svake godine, Zemlja gubi oko 24 milijarde tona obradivog zemljišta.

Šume pružaju različite ekološke usluge, poput proizvodnje kiseonika, regulacije klimatskih uslova, očuvanje biodiverziteta i sprečavanje erozije tla. Međutim, situacija sa šumama je alarmantna zbog smanjenja površina pod šumama, što rezultira smanjenjem prirodnih rezervoara vode i klimatskim poremećajima. Svake godine, planeta gubi 17 miliona hektara šuma usled njihovog neplanskog i nekontrolisanog krčenja, kako bi se zadovoljile rastuće potrebe privrede.

Čovečanstvo se suočava sa izazovima obuzdavanja upotrebe izvora energije i obezbeđivanja održive ekonomske aktivnosti u trećem milenijumu. Energija, kao pokretač celokupne proizvodnje i pratilac svih društvenih delatnosti, uključena je u sve sfere života, zbog čega je, s jedne strane, nezaobilazna egzistencijalna potreba i mora se razvijati, a sa druge strane, nemilosrdni zagađivač životne sredine, a njen negativan uticaj na životnu sredinu mora biti ograničen.

Nafta je najvažniji energetske resurs na planeti i dnevna potrošnja nafte iznosi više od 87 miliona tona nafte, a prema prognozama,

¹⁶ Ibid, str. 122.

nafta će i u bliskoj budućnosti biti glavni energent, tako da će se potrošnja ovog energenta do 2040. godine povećati na 99 miliona tona barela.¹⁷ Ovakva prognoza ne ide u prilog očekivanju da će velike svetske rezerve strateških sirovina, nafte i vode za piće trajati još četrdeset do pedeset godina, ako se ne budu donosile odgovorne odluke o načinu eksploatacije.

Ugalj je na drugom mestu po ostvarenoj svetskoj potrošnji u posmatranom periodu.

Izvori energije dobijeni sagorevanjem fosilnih goriva kao što su naftni derivati, ugalj, prirodni gas i nuklearna energija smatraju se neobnovljivim izvorima energije. To znači da su one ograničene u svojim rezervama i da se ne mogu obnoviti u kratkom vremenskom periodu. Osim toga, njihova upotreba stvara velike količine štetnih emisija, uključujući ugljen-dioksid i druge gasove koji doprinose klimatskim promenama i zagađenju vazduha.

S druge strane, energija dobijena iz hidroelektrana spada u obnovljive i čiste izvore energije. Hidroelektrane koriste snagu vode koja se kontinuirano obnavlja kroz kruženje vode u prirodi, čime se obezbeđuje održiva i ekološki prihvatljiva proizvodnja energije. Energija dobijena iz hidroelektrana ima mnogo manji uticaj na klimatske promene i životnu sredinu u odnosu na fosilna goriva. Međutim, industrija prerade nafte i elektrane koje dominiraju termoelektranama na fosilna goriva su među najvećim zagađivačima životne sredine.¹⁸ Ova postrojenja emituju velike količine zagađujućih materija, uključujući štetne čestice, sumpor-dioksid i azotne okside, što ozbiljno utiče na kvalitet vazduha i pogoršava posledice klimatskih promena.

Predhodno navedeno ukazuje na činjenicu da je ravnoteža između ekonomskog napretka i zaštite prirodnih resursa ključna za dugoročnu održivost i dobrobit društva. To zahteva saradnju između vlada, industrije i civilnog društva kako bi se postigao održiviji

¹⁷ Ibid, str. 139–149.

¹⁸ Ibid, str. 173–177.

model razvoja. Međutim, društvo se ne može pohvaliti zajedničkim delovanjem aktera na globalnoj sceni i sve su češći sukobi, nemiri i ratovi na globalnom planu, izazvani upravo zbog želje za kontrolom i posedovanjem prirodnih resursa nego što je promocija održivog razvoja i izgradnja mira.

2.2.2. Resursi rada

Radni resursi, poznati i kao ljudski resursi, predstavljaju radnu snagu, odnosno sve ljude koji su na raspolaganju za obavljanje određenih poslova ili zadataka u privredi. One su jedan od faktora u proizvodnji dobara i usluga i imaju važnu ulogu u ekonomskom razvoju i funkcionisanju društva. Međutim, nisu svi ljudi fizički i mentalno sposobni da obavljaju sve poslove. Svaka osoba ima jedinstvene sposobnosti, talente, interesovanja i ograničenja po kojima se razlikuje od drugih zbog čega je upravljanje ljudskim resursima od suštinskog značaja za postizanje efikasnosti, inovativnosti i održivosti organizacija i društava. Razvijanje sposobnosti, pravedna raspodela mogućnosti i stvaranje podsticajnog okruženja za rad su suštinski elementi optimalnog korišćenja radnih resursa i ostvarivanja uspešnog privrednog razvoja.

Proizvodna sposobnost društva ne zavisi samo od raspoložive radne snage kao takve, nego i od opšteg nivoa obrazovanja i kvalifikacione strukture. Preduslov svakog privrednog napretka i povećanja blagostanja datog društva je ulaganje kapitala u resurse rada u cilju postizanja bolje kvalifikacione strukture zaposlenih, podizanja produktivnih sposobnosti i njihove sposobnosti da prate i podstiču tehničko-tehnološki razvoj.

Obrazovanje je među ključnim elementima za društveni i ekonomski razvoj svake države i prema procenama OECD-a, normalno razvijena zemlja treba da ima najmanje 20 odsto visokoobrazovanih jer obrazovanje doprinosi kvalitetu radne snage, inovacijama, istraživanju, otvaranju novih radnih mesta. Na OECD-ovoj listi najobrazovanijih nacija na prvom mestu sa 51% odraslih koji

imaju univerzitetnu diplomu nalazi se Kanada, drugi je Izrael, treći Japan.¹⁹

Da se Srbija ne može pohvaliti ulaganjem kapitala u resurse rada svedoči i istraživanje Svetske banke i UNICEF-a, u kom se ukazuje da Srbija ukupno troši relativno skroman udeo svojih javnih resursa na obrazovanje u poređenju sa drugim zemljama u regionu i prosekom EU. Na primer, Srbija je 2018. godine, potrošila 3,89 procenata BDP-a na obrazovanje, u poređenju sa 4,64 procenata u EU-27.²⁰

Dva osnovna indikatora obrazovne strukture stanovništva, školska sprema i pismenost, pokazatelji su kako nivoa obrazovanosti stanovništva, tako i dostignutog stepena društveno-ekonomskog razvoja zemlje. Republički zavod za statistiku (RZS) nedavno je objavio konačne rezultate popisa o školskoj spremi, pismenosti i kompjuterskoj pismenosti stanovništva Republike Srbije.²¹

Tabela 1. Stanovništvo staro 15 i više godina prema školskoj spremi i polu

	Ukupno	Bez školske spreme i nepotpuno osnovno obrazovanje	Osnovno obrazovanje	Srednje obrazovanje	Više i visoko obrazovanje	Nepoznato
Republika Srbija	5691551	357406	1013067	3020958	1277396	22724
Muškarci	2739739	110031	450544	1599987	567960	11217
Žene	2951812	247375	562523	1420971	709436	11507
%						
Republika Srbija	100	6,28	17,80	53,08	22,44	0,40
Muškarci	100	4,02	16,44	58,40	20,73	0,41
Žene	100	8,38	19,06	48,14	24,03	0,39

Izvor: RZS

¹⁹ <https://novaekonomija.rs/cake-news>

²⁰ <https://study.2tm.eu/sr/>

²¹ Republički zavod za statistiku. Popis stanovništva, domaćinstava i stanova 2022. godine o školskoj spremi, pismenosti i kompjuterskoj pismenosti stanovništva Republike Srbije. *Knjiga 4. Školska sprema, pismenost i kompjuterska pismenost*, str. 15.

Prema rezultatima sprovedenog popisa, od ukupno 5.691.551 stanovnika Srbije starih 15 i više godina, najviše je onih koji su završili srednju školu 3.020.958 (53,08 %), dok se brojem fakultetskih diploma zemlja ne može pohvaliti.

Ovakva situacija stavlja građane Srbije u nepovoljan položaj, jer upravo nedovoljnim ulaganjem u obrazovanje vrši se negativan uticaj i na njihova buduća zaposlenja, primanja, ali i sam kvalitet života. Nije iznenađujuće da veliki broj mladih na Balkanu visoko obrazovanje nastavlja u EU ili migrira odmah nakon sticanja fakultetske diplome.

2.2.3. Resursi kapitala

Kapital predstavlja sredstva za proizvodnju stvorena ljudskim radom.²² Ulaganjem u kapital mogu se poboljšati produktivnost, inovativnost i konkurentnost organizacija i ekonomija, stvarajući održivu osnovu za dalji razvoj i rast privrede u celini.

Kapital ima široko značenje u ekonomiji i poslovanju, a u osnovi, predstavlja sredstvo ili resurse koji se koriste za proizvodnju dobara i usluga. Pokušaj da se različiti vidovi kapitala kvalifikuju dovodi do opšte podele kapitala i to na:

1. *Finansijski kapital* koji predstavlja novac i druga finansijska sredstva koja se koriste za investiranje ili pokretanje poslovanja (novac, akcije, obveznice, zajmovi, depoziti i drugi finansijski instrumenti). Finansijski kapital je važan jer obezbeđuje sredstva koja su potrebna za kupovinu resursa i ulaganje u proizvodne i poslovne aktivnosti.
2. *Fizički kapital* obuhvata materijalne resurse kao što su zgrade, mašine, oprema, alati, vozila i drugi proizvodni objekti koji se koriste u procesu proizvodnje. Ovaj tip kapitala omogućava proizvodnju dobara i pružanje usluga. Fizički kapital

²² Dašić, D., Kalač, B. (2009). *Osnovi ekonomije*. Novi Pazar: Internacionalni univerzitet, str. 21.

ima ulogu u povećanju produktivnosti i efikasnosti rada, jer omogućava automatizaciju, ubrzava procese i povećava kapacitet proizvodnje.

Resursima kapitala koji su koncentrisani u sektoru privrede (industrija, trgovina, poljoprivreda) i u sektoru neprivrede (obrazovanje, kultura i dr.) raspoložu pojedinci, domaćinstva, preduzeća i država.

2.3. Endogeni i egzogeni faktori

Zbog kompleksnosti i dinamičnosti ekonomske realnosti, nemoguće je potpuno precizno specificirati sve faktore koji generišu ekonomske probleme, zbog čega se ekonomska analiza suočava s kontinuiranim izazovima prilagođavanja novim situacijama i promenama u okruženju.

Ekonomske problemi proističu iz složenog i promenljivog skupa faktora, kako endogenih, koji potiču iz same ekonomije, tako i egzogenih, koji dolaze izvan nje. Ovi faktori su međusobno povezani i variraju u vremenu i prostoru, zbog čega u nastavku teksta sledi njihovo bliže pojašnjenje.

1. Endogeni faktori uključuju unutrašnje ekonomske mehanizme, politike i odluke koje preduzeća, domaćinstva, vlade i institucije donose. To može obuhvatiti promene u potražnji i ponudi, konkurenciji na tržištu, nivou investicija, monetarnim i fiskalnim politikama, kao i nivou obrazovanja i veština radne snage. Neki od endogenih faktora koji mogu izazvati ekonomske probleme su:
 - Neefikasnost tržišta koja se ogleda u problemima konkurencije, monopolističkim strukturama tržišta ili neadekvatnoj informisanosti potrošača koja utiče na neefikasnost u alokaciji resursa.
 - Loše koncipirane politike (makroekonomske politike) mogu dovesti do inflacije, nezaposlenosti ili nestabilnosti. Konkretno, odluke o fiskalnoj politici (porezi i troškovi

vlade) i monetarnoj politici (upravljanje novcem i kamatnim stopama) imaju presudan značaj i ulogu u celokupnom ekonomskom funkcionisanju nacije.

- Neodgovarajuća regulacija tržišta odnosi se na situaciju u kojoj postojeći regulatorni okvir ili zakoni koji uređuju ekonomske aktivnosti i tržišta nisu adekvatni, efikasni ili proporcionalni u ostvarivanju ciljeva kao što su zaštita potrošača, fer konkurencija, sprečavanje zloupotreba i stvaranje uslova za održiv ekonomski razvoj.
2. Egzogeni faktori predstavljaju spoljašnje uticaje na ekonomiju koji nisu pod direktnom kontrolom domaćih aktera. To su spoljašnji faktori koji mogu biti globalni, prirodni ili političkog porekla. Neki od egzogenih faktora koji mogu izazvati ekonomske probleme uključuju:
- Globalne ekonomske krize: Finansijski šokovi ili krize u drugim delovima sveta mogu izazvati recesiju i negativne efekte u drugim ekonomijama, npr. Svetska finansijska kriza (2008. Globalna finansijska kriza).
 - Prirodne katastrofe: Poplave, zemljotresi, uragani i druge prirodne katastrofe mogu prouzrokovati štetu na infrastrukturi, proizvodnji i privredi uopšte, npr. zemljotresi u Turskoj i Siriji 2023. godine su jedni od najvećih prirodnih katastrofa u novijoj ljudskoj civilizaciji.
 - Politička nestabilnost: Politika i odluke vlade mogu imati značajan uticaj na ekonomiju. Politika koja narušava vladavinu zakona, prava svojine ili slobodno tržište može izazvati ekonomske probleme. Kao primer politike koja je imala značajan uticaj na globalnu ekonomiju može se navesti politika Rusije, posebno u vezi s izvozom nafte i gasa koja ima uticaj na globalne energetske cene i ekonomske performanse drugih zemalja.

Upravljanje ekonomskim problemima zahteva pre svega sposobnost prepoznavanja uzroka a zatim i fleksibilnost i inovativnost u

oblikovanju politika i mera koje će odgovarati specifičnostima svakog trenutka i mesta u cilju podsticanja održivog ekonomskog rasta.

3. REŠAVANJE EKONOMSKIH PROBLEMA

Odgovori na brojne ekonomske probleme koje sobom nosi svakodnevni život i savremeni tehničko-tehnološki razvoj nisu unapred dati, zbog čega se sa sigurnošću može reći da nema univerzalnog rešenja za sve ekonomske probleme. Svaka zemlja ima jedinstvene karakteristike i izazove i zato upravljanje ekonomskim problemima zahteva pažljivo razmatranje i prilagođavanje politika u skladu sa konkretnim okolnostima i ciljevima svake zemlje.

U posmatranju, analiziranju i rešavanju često nepredvidivih ekonomskih problema posebno mesto i ulogu ima ekonomska misao i čitav splet ekonomskih naučnih disciplina koje istražuju raznovrsne materijalne i društvene pretpostavke neophodne za rešavanje ekonomskih problema.

3.1. Značaj ekonomske misli

Ekonomska misao je nastajala i oblikovala se tokom dugog perioda istorije, a njen razvoj je bio utemeljen na intelektualnoj i društvenoj evoluciji u skladu sa privrednim razvojem. Različiti filozofi i mudraci razmišljali su o pitanjima poput vrednosti, trgovine i ekonomske organizacije društva, zbog čega ekonomska misao predstavlja skup ideja, teorija, koncepata i pristupa koji se bave proučavanjem ekonomije i ekonomskih fenomena. Ona se odnosi na načine na koje pojedinci, ekonomisti, akademici, političari i druge zainteresovane strane razmišljaju o ekonomskim pitanjima, analiziraju ih i pokušavaju da razumeju ekonomske procese i njihove posledice.

Nerazvijene oblike privredne organizacije društva, pratila je i nerazvijena ekonomska misao, dok kasnije sa usponom tržišta, tržišnih oblika privređivanja i širenjem tržišnih veza između privrednih

subjekata, ekonomska misao počinje da se snažnije afirmiše i dobija na svom značaju i uticaju.

Ekonomska misao pruža biznismenima, menadžerima i nosiocima makroekonomske politike različite ideje i pristupe koji im pomažu u rešavanju raznolikih privrednih problema. Ova znanja omogućavaju im da donose informisane odluke i strategije na svim nivoima privredne organizacije društva, a samim tim i da adekvatno reaguju na promene u ekonomskom okruženju, identifikuju prilike i prepoznaju rizike u cilju postizanja uspešnih rezultata.

Razvoj ekonomske misli je i dalje aktivan proces, a ekonomisti i akademici nastavljaju da istražuju nove koncepte i teorije kako bi bolje razumeli i rešili savremene ekonomske izazove. Dometi ekonomske misli dopiru i do svakog pojedinca, zbog čega se u većoj ili manjoj meri tiču njegovog ekonomskog i socijalnog položaja u datom društvu. U savremenim uslovima privređivanja, naučni napredak, globalizacija, digitalizacija i društveni razvoj doprinose oblikovanju moderne ekonomske misli i pružaju nove uvide u ekonomske procese i fenomene.

3.2. Vodeći ekonomski mislioci

Razvoju ekonomske misli i ekonomske nauke uopšte dali su doprinos brojni ekonomski teoretičari od najstarijih društava do današnjih dana.

Prvi pisani tragovi o ekonomskim pitanjima potiču iz drevnih civilizacija poput Egipta i Mesopotamije. Sačuvani zapisi otkrivaju upravljanje ekonomijom, trgovinom, poljoprivredom, resursima i načinima raspodele dobara.

Rani filozofi i mislioci još u antičkoj Grčkoj, u vreme filozofa poput Platona (427–347 p.n.e.) i Aristotela (384–322 p.n.e.) i počela su se razvijati razmišljanja o ekonomskim pitanjima, uključujući vrednost, razmenu dobara i uticaj države na ekonomiju. Oba filozofa su razmišljala o ulozi države u društvu i ekonomiji.

Platon je u svom delu „Država“ razvio teoriju idealne države i istakao ulogu filozofa-vladara u upravljanju državom prema moralnim principima. On je istraživao pitanja pravedne raspodele resursa i značaj filozofa u donošenju ekonomskih odluka kako bi očuvao pravdu i harmoniju u društvu. Platon je takođe duboko analizirao demokratiju i kritikovao je, definišući je kao „vladavinu siromašne većine“. U njegovim oštrim i ironičnim rečima, Platon je postavio pitanje osnovnih demokratskih principa – slobode i jednakosti.

Platon je naglasio da je demokratija ranjiva upravo tamo gde se smatra najjačom. Po njegovom mišljenju, ideja apsolutne jednakosti, kao matematička apstrakcija, nije primenjiva na ljudske stvari, jer ljudi nisu jednaki. U demokratskim režimima, svako, bez obzira na svoje intelektualne sposobnosti i moralni integritet, može obavljati najodgovornije dužnosti jer su svi formalno priznati kao „jednaki“ građani, sposobni za bilo koju vrstu javne službe. Ovaj koncept neograničene slobode i nedostatka regulacije, posebno u ekonomiji, otvara vrata tiraniji jer ljudi postaju nesposobni za samo-regulaciju. Ova prekomerna sloboda omogućava širenje lažnih i demagoških govora, gde retorika i retoričari manipulišu neobaveštenim masama, stvarajući privid stručnosti.²³

Platonova analiza jasno ističe da demokratija može dovesti do relativizacije vrednosti i gubitka čvrstih moralnih osnova jer nema pouzdanog kriterijuma za određivanje istinskog dobra. Prema Platonovom viđenju, demokratija izjednačava principe i vrednosti, što na kraju dovodi do potpunog gubitka vrednosnog poretka. Ovaj politički model Platona odražava njegovu psihološku teoriju, gde pojedinci oblikuju moralne i intelektualne vrednosti unutar političkog sistema koji sami stvaraju. Platon smatra da je demokratija ranjiva na ove opasnosti i propuste, te stoga kritikuje ovaj oblik vlasti u svom delu „Država“.

Platonova misao se često upoređuje s filozofijom njegovog najpoznatijeg učenika, Aristotela. Aristotelova reputacija i filozofsko nasleđe često zasenjuju Platona, i mnogi upoređuju njihove filozofske

²³ Deretić, I. (2010). *Iz Platonove filozofije*. Beograd: Plato, str. 106–107.

pristupe u cilju dubljeg razumevanja antičke filozofije. Obojica su istakla značaj socijalne pravde u ekonomiji i njihovi uvidi u etička pitanja, moral i socijalnu pravdu uticali su na razumevanje ekonomskih odnosa i uloge države u regulisanju i oblikovanju privrede. Njihove filozofske teorije i razmišljanja izvršile su trajni uticaj na razvoj ekonomske misli kroz vekove.

Aristotel je razmišljao i o ulozi države u promovisanju pravde i blagostanja građana, razmatrajući pravednu raspodelu prihoda i imovine. Njegovo poimanje države i uloge novca formiralo je ekonomsku misao i podstaklo njen razvoj. Aristotel je, zapravo, jedan od osnivača ekonomske filozofije i dao je značajan doprinos razumevanju ekonomskih koncepata, uključujući novac.

Aristotel je identifikovao tri ključne funkcije novca:

1. Novac kao sredstvo razmene.
2. Novac kao mera vrednosti.
3. Novac kao sredstvo za gomilanje bogatstva.

Njegova analiza uloge novca kao sredstva razmene i mera vrednosti i dalje je relevantna u savremenoj ekonomskoj teoriji. Što se tiče Aristotelove klasifikacije državnih oblika, on je podelio državne oblike na dve osnovne grupe: dobre i loše. Dobre oblike države činili su kraljevstvo, aristokratija i republika, dok su loše oblike činili tiranija, oligarhija i demokratija.

Razlika između Platona i Aristotela u pogledu države ogleda se u njihovim pristupima. Platon je težio formulisanju apsolutno najbolje države u svom delu „Država“, dok je Aristotel smatrao da ne postoji apsolutno najbolja država, već samo relativno najbolja država u odnosu na postojeće okolnosti. Različiti pogledi na pitanja države i njenog političkog uređenja odražavaju se u njihovim filozofskim i političkim radovima.²⁴

²⁴ Njegova najznačajnija dela su: *Državnik*, *Država*, *Timaj*, *Zakoni*, *Dodatak zakonima* i dr.

U periodu Rimskog carstva (27. p.n.e. – 476 n.e.), rimski ekonomisti razmatrali su pitanja poput trgovine, cena i upravljanja ekonomijom carstva, ali je ekonomska misao tog perioda bila ograničena i nije se bavila složenim teorijskim pitanjima. Rimsko carstvo je bilo pretežno usmereno na osvajanje i upravljanje teritorijama, a ekonomska misao tog vremena uglavnom je bila praktična i vođena potrebama carstva, pri čemu je postojao složen sistem poreza i poreskih obaveza koje su nametnute provincijama kako bi finansirale vojsku, administraciju i infrastrukturne projekte. Trgovina je takođe bila veoma važna za carstvo, a postojale su trgovinske mreže koje su povezivale različite delove carstva. U pogledu teoretičara ekonomske misli, kao najraniji predstavnici mogli bi se navesti Ciceron (Marcus Tullius Cicero) i Plinije Stariji (Pliny the Elder), koji se ne smatraju ekonomistima ali su u svojim delima iznosili mnoge značajne ideje o ekonomskim pitanjima i značaju poljoprivrede za društvo, a samim tim i pružili doprinos razumevanju ekonomskih pitanja, zbog čega njihovi spisi imaju istorijski i kulturni značaj u proučavanju rimske civilizacije.

Ekonomska misao u periodu Rimskog carstva nije bila razrađena i sistematična što se menja tokom srednjeg veka i renesanse, kada dolazi do razvoja ekonomske nauke u pravom smislu.

Tokom srednjeg veka (476–1453), ekonomska misao se razvijala u okviru verskih institucija gde se razmišljalo se o etičkim aspektima ekonomije, istraživala agrarna ekonomija, feudalizam i društvena organizacija.

Ključni filozof srednjeg veka bio je Toma Akvinski (1225–1274), italijanski dominikanski teolog i filozof koji je doprineo razumevanju etičkih aspekata ekonomije tog vremena i ostavio uticaj na kasnije razvoje ekonomske etike i misli. Njegova filozofija temeljila se na sinergiji hrišćanske teologije i aristotelovske filozofije. Njegova misao je u velikoj meri oblikovala srednjovekovnu ekonomsku misao. Istraživao je mnoga pitanja koja su bila relevantna za ekonomiju tog vremena, a njegovi pristupi su i dalje značajni za razumevanje ekonomske etike. Ključni elementi njegove ekonomske misli ogledaju se u razmatranju pitanja pravedne cene dobara i usluga, pri čemu

je zagovarao stav da bi cene trebalo da budu razumne i da odražavaju stvarne troškove proizvodnje, kako bi se obezbedilo pravično trgovinsko okruženje. Akvinski je podržavao pravo privatne svojine, ali je naglašavao da se ova prava ne smeju zloupotrebljavati i da se moraju koristiti u skladu s opštim dobrom društva. Takođe, Akvinski se zalagao za društvenu pravdu i prava radnika pri čemu je postavio etički okvir za ekonomske odnose kojim je promovisao društvenu pravdu i solidarnost, pravične uslove rada i poštene nadnice kako bi se obezbedio pravedan tretman radnika. Smatrao je da bi bogatiji pojedinci i društva trebalo da brinu o siromašnijim članovima društva i pružaju im pomoć i podršku.

Renesansa je došla posle srednjeg veka i obuhvata period od 14. do 17. veka, a najistaknutiji predstavnik ovog doba je Nikolo Makijaveli, italijanski politički filozof, istoričar, državnik i pisac koji je živeo u 15. i 16. veku (1469–1527). Makijavelijeva ideja o politici, moći, vladanju i ljudskoj prirodi, izražena u delu „Vladar“, bila je značajan prelom u političkoj misli tog vremena. U svom delu, on je razmatrao pragmatične i realistične metode upravljanja državama i političkom vlašću, bez obzira na moralne ili etičke aspekte. Nikolo Makijaveli je izlazio sa stavom da je interes glavna pokretačka sila istorije i politike i bavio se pitanjima o tome kako vladar treba da postupa kako bi očuvao svoju vlast i prosperitet države. On je smatrao da su politički lideri i vladari dužni da preduzmu neophodne korake kako bi postigli svoje ciljeve i očuvali svoju vlast, bez obzira na to koliko ti koraci mogu biti neetički ili nemoralni. Kroz svoje analize istorijskih događaja i političkih vladara, Makijaveli je došao do zaključka da vladar treba da koristi različita sredstva kako bi ostvario svoje ciljeve, čak i kad to podrazumeva neki oblik prevare, manipulacije ili nasilja. Za njega, krajnji cilj je očuvanje stabilnosti i moći države, a ne nužno održavanje apsolutne etičnosti ili moralnosti u svakoj situaciji. Važno je napomenuti da je njegova politička misao kontroverzna i da je tumačenje njegovih ideja izazovno, jer neki smatraju da je bio praktičan politički analitičar, dok drugi ističu da je njegova filozofija imala za cilj da izazove raspravu o prirodi vlasti i društva.

Nakon renesanse, usledio je period u ekonomskoj misli poznat kao merkantilizam, koji je dominirao u Evropi u 16. i 17. veku i zasnivao se na ideji da bogatstvo i moć države zavise od akumulacije zlata i srebra putem trgovinske politike. Merkantilisti su se fokusirali na akumulaciju bogatstva kroz povećanje izvoza i ograničavanje uvoza, naglašavajući politiku protekcionizma (država je uvodila carine, ograničenja i subvencije kako bi se podstakla domaća proizvodnja i smanjio uvoz) i stvaranja trgovinskog suficita. Dominantan pristup kolonijalnih sila tog vremena je primenjivanje merkantilističke politike uz snažnu ulogu države u regulisanju ekonomije u svojim kolonijama kako bi eksploatisale njihove resurse i stvorile trgovinske prednosti za matičnu zemlju.

Merkantilizam je obuhvatao različite ekonomske politike koje su bile dominantne u različitim evropskim državama u to doba a neki od najistaknutijih merkantilista koji su doprineli razvoju i oblikovanju merkantilističkih ideja su: Žan Batist Kolbert u Francuskoj, Antonio Sera u Italiji, Tomas Man u Engleskoj i drugi.

Radovi ovih teoretičara oblikovali su ekonomsku politiku tog vremena i doprineli razvoju ekonomske misli. Ideje merkantilizma predstavljaju veran izraz stvarnosti svoga doba pri čemu su uticale na zvaničnu politiku vladalaca, čak i u njenim najkonkretnijim ostvarenjima.²⁵ Iako su neki aspekti ovog učenja imali pozitivan uticaj na razvoj infrastrukture i zaštitu domaće proizvodnje, ova ekonomska doktrina kasnije je kritikovana jer se pokazalo da može ograničiti ekonomski rast i trgovinske mogućnosti. Merkantilizam je postepeno ustupio mesto drugim ekonomskim teorijama tokom 18. i 19. veka, kao što je klasična ekonomija, koju su utemeljili ekonomisti poput Adama Smita i Davida Rikarda koji su istraživali koncepte slobodne trgovine, vrednosti rada i kapitalizma.

²⁵ Blagojević, O. (1976). *Ekonomске doktrine*. Beograd: Savremena administracija, str. 42.

3.2.1. Adam Smit

Adam Smit (Adam Smith, 1723–1790) bio je škotski filozof, ekonomista i pisac, poznat kao „otac ekonomije“ jer se upravo za njega vezuje nastanak ekonomske nauke kao zasebne discipline. U njegovom najpoznatijem delu koje nosi naziv „Bogatstvo naroda“,²⁶ izloženo je celovito shvatanje funkcionisanja privrede i privrednog razvoja. Iako mnogi analitičari tvrde da Smitovo delo nije donelo ništa novo što već nije bilo poznato u ekonomskom životu ili što već nije bilo istraženo u radovima njegovih prethodnika, ono je zapravo prvo sveobuhvatno i enciklopedijsko sistematiziranje postojećih ekonomskih znanja. Smit je jasno izneo svoja uverenja o prirodi ekonomskih događaja i dao konkretne preporuke kako unaprediti ekonomsku aktivnost. Ovim je postavio temelje za priznanje ekonomske nauke kao ozbiljne discipline, usklađene s ostalim već afirmiranim i razvijenim granama prirodnih i društvenih nauka.²⁷

Adam Smit, u svom klasičnom delu, ističe tri osnovne uloge vladara ili države. *Prva* od njih je zaštita društva od nasilja i invazija drugih nezavisnih država. Ova funkcija države se odnosi na osnovnu potrebu očuvanja mira i sigurnosti unutar njenih granica. Država treba da obezbedi taj unutrašnji mir i da brani zemlju od spoljnih pretnji kako bi omogućila stabilno okruženje za ekonomske aktivnosti i razvoj društva. *Druga* ključna dužnost vladara je da osigura deljenje pravde. Ovo se odnosi na pravično i nepristrasno rešavanje sukoba i sporova među građanima. Smit je naglašavao značaj pravne sigurnosti za tržišno društvo. Pružanje pravde pomaže u očuvanju prava svojine, ugovora i ostalih ključnih aspekata tržišnih odnosa, čime se podstiče poverenje i efikasnost ekonomske aktivnosti. *Treća* dužnost vladara, kako je Smit isticao, je izgradnja osnovnih institucija i javnih radova. Ovde se država poziva da preduzima određene napore koji nisu isplativi za individualne kapitaliste.²⁸

²⁶ Smith, A. (2007). *Bogatstvo naroda – Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda* (5. izd.). Zagreb: Masmedia.

²⁷ *Ekonomska i poslovna enciklopedija I tom* (1994). Beograd: Savremena administracija, str. 312.

²⁸ Smith, A., Ibid pp. 669–696.

To uključuje izgradnju infrastrukture kao što su putevi, luke i druge ključne komponente koje podržavaju tržište. Ovi projekti se smatraju društveno neophodnim i doprinose opštem ekonomskom razvoju. Ovakvim stavovima Smit zagovara ekonomsku slobodu i minimalno mešanje države u privređivanje. On veruje da tržišne sile treba da budu usmerene „prirodnim“ zakonitostima, što podrazumeva slobodnu konkurenciju i privatnu inicijativu. Država treba da se ograniči na očuvanje reda i sigurnosti, dok bi veći deo ekonomske aktivnosti trebalo prepustiti tržištu. Adam Smit je koristio pojam „nevidljiva ruka“ kako bi opisao mehanizam slobodnog tržišta koji, prema njegovom shvatanju, dovodi do pozitivnih efekata za društvo i ekonomiju, iako pojedinci uglavnom deluju iz sebičnih interesa.

Suština koncepta „nevidljive ruke“ je u tome da individualna delovanja i odluke pojedinaca na tržištu, motivisane ličnim interesima, stvaraju neplaniranu dobrobit za društvo. Prema Smitu, kada ljudi slobodno trguju i preduzimaju ekonomske aktivnosti da bi ostvarili svoje ciljeve (npr. profit ili zadovoljenje svojih potreba), njihove aktivnosti utiču na ponudu i potražnju, cene dobara i usluga, i sveukupnu ekonomsku aktivnost.

Kroz ovu interakciju na tržištu, dolazi do raspodele resursa, specijalizacije i efikasnosti u proizvodnji. Smit je kroz ovaj proces primetio da, iako pojedinci deluju u svom ličnom interesu, konkurencija i tržišne sile ih usmeravaju ka proizvodnji onoga što je traženo od strane društva, tj. dobara i usluga koje su potrebne i korisne. To znači da, iako pojedinci ne donose odluke sa ciljem da direktno koriste društvu, rezultat njihovih delovanja je „neplanirana“ dobrobit za društvo u celini.

Koncept „nevidljive ruke“ naglašava važnost slobodnog tržišta, konkurencije i samoorganizujuće prirode ekonomskih aktivnosti. Prema Smitu, kada država ne nametne prevelike regulacije i uplitanje u tržišne aktivnosti, tada će tržište samo pronaći najefikasnije načine za ispunjenje potreba društva, vodeći do prosperiteta i napretka. Ovo je jedan od ključnih osnova njegove klasične ekonomske teorije.

Smit je izvršio veliki uticaj na ekonomske mislioce i teorije promovišući slobodno tržište, samoregulaciju tržišta i ideju da će individualni interes, ako je neometan, dovesti do opšteg dobra i ekonomske efikasnosti, ukazujući na važnost specijalizacije rada i produktivnosti u ekonomiji, pri čemu njegove ideje i dalje imaju ključnu ulogu u modernoj ekonomiji.

3.2.2. *David Rikardo*

David Rikardo (David Ricardo, 1772–1823) je bio engleski ekonomista koji je duboko uticao na razvoj klasične ekonomske teorije nakon Smita. Njegovo najpoznatije delo je „Principi političke ekonomije i oporezivanja“ (“Principles of Political Economy and Taxation”), objavljeno 1817. godine.

Rikardo se, poput Smita, zalagao za slobodno tržište i zagovarao ideje klasične ekonomske teorije. Rikardo je razvio teoriju raspodele društvenog proizvoda između tri ključne društvene klase: vlasnika zemlje, vlasnika kapitala i radnika, a ovaj koncept poznat je kao „zakon raspodele troškova proizvodnje“. Po njemu, društveni proizvod, odnosno ono što društvo proizvede, može se podeliti na tri glavna dela:

1. Renta (zemljišna renta) koja predstavlja deo društvenog proizvoda koji se isplaćuje vlasnicima zemljišta. Rikardo je smatrao da vlasnici zemljišta ostvaruju prihod jer poseduju prirodne resurse (zemlju) koja je osnov za poljoprivrednu proizvodnju. Renta raste sa porastom proizvodnje hrane, jer kako društvo ima veću potrebu za obradivim zemljištem, vlasnici zemljišta mogu tražiti višu cenu za korišćenje svoje zemlje.
2. Profit (kapitalni profit) predstavlja deo društvenog proizvoda koji pripada vlasnicima kapitala, tj. onima koji ulažu u proizvodnju dobara i usluga. Rikardo je smatrao da vlasnici kapitala ostvaruju profit jer rizikuju svoj kapital i ulažu ga u proizvodne procese kako bi stvarali dobit.

3. Plata (radna plata) predstavlja deo društvenog proizvoda koji pripada radnicima za njihov rad. Ovo uključuje sve vrste plata i nadoknada koje radnici dobijaju za svoj rad.

Rikardo je tvrdio da raspodela društvenog proizvoda između ove tri kategorije nije zasnovana na društvenoj pravednosti, već je određena prirodnim zakonima. On je verovao da će tržište samo regulisati cene i plate prema njihovoj relativnoj vrednosti i ulozi u proizvodnji. U njegovoj teoriji, raspodela proizvoda će biti određena relativnim uslovima ponude i tražnje za svakim od ovih proizvodnih faktora.

Rikardova teorija raspodele doprinela je razumevanju načina na koji se stvara ekonomska vrednost i kako je raspodeljena među različitim društvenim klasama, što je u velikoj meri uticalo na razvoj ekonomske nauke i još uvek se smatraju ključnim delovima klasične ekonomske teorije.

3.2.3. *Karl Marks*

Nakon klasičnog perioda, dolazi marksizam kao sledeća velika etapa i značajna faza u ekonomskoj i političkoj teoriji.

Marksizam je filozofski, politički i ekonomski sistem zasnovan na teorijama koje je formulisao Karl Marks (Karl Marx, 1818–1883) jedan od najvažnijih ekonomista i filozofa u istoriji. Marks je bio nemački filozof, politički ekonomista i revolucionar koji se u svom radu bazirao na analizu klase, eksploatacije, društvenih odnosa i kapitalizma a njegovo najpoznatije delo „Kapital“ („Das Kapital“), objavljeno u tri toma, predstavlja kritički pristup kapitalističkom društvu i ekonomiji.

Jedan od glavnih ciljeva marksizma bio je razumevanje dinamike kapitalističke ekonomije, uz naglasak na objašnjenje i otkrivanje kako se društvo razvija kroz borbu protivurečnosti i konflikta između klasa i kako su ekonomske strukture osnova svih društvenih promena.

Marks je razvio teorije vrednosti rada, viška vrednosti i klasne borbe, kao ključne elemente svoje ekonomske analize. Njegovo posmatranje polazi od monopola kapitalista (kapitalističke klase) nad sredstvima za proizvodnju (kapitalom) stvorenim radom radnika (radničke klase), odnosno od eksploatacije radničke klase od strane kapitalističke klase u društveno obespravljenom položaju radnika i radničke klase primorane da svoju radnu snagu, kao robu, prodaju na tržištu. Prema njegovim teorijama, osnovna protivurečnost kapitalističkog društva se izražava u otuđenosti rada od kapitala i dovodi do „klasnog sukoba“, odnosno do sukoba između rada i kapitala koji se jedino može rešiti – revolucijom i istovremenom pobedom socijalizma u svim ili u većini kapitalističkih zemalja.

Marksova teorija vrednosti rada kojom tvrdi da se vrednost dobara meri količinom rada koja je ugrađena u njihovu proizvodnju, matematički bi mogla biti predstavljena na sledeći način.

$$W = C + V + M$$

Gde je:

W = vrednost dobra ili proizvoda koji je stvoren radom radnika

C = troškovi kapitala, cene sredstava za proizvodnju (mašine, sirovine, itd.).

V = promenljivi kapital (količina rada), što je iznos koji se plaća radnicima kao najamnina za njihov rad (radničku snagu).

M = profit (višak vrednosti) odnosno dodatnu vrednost koju radnici stvaraju iznad svojih plata i koja se prisvaja od strane kapitalista

Cilj ovog izraza je prikazati kako se vrednost proizvoda deli između različitih faktora, kao što su konstantni kapital, promenljivi kapital (najamnina radnika) i višak vrednosti koji se prisvaja od strane kapitalista. Jednostavnije rečeno, prema Marks-u, radnici donose u proces proizvodnje živu radnu snagu koja ima sposobnost da stvara novu vrednost kroz svoj rad. Ta nova vrednost koju radnici stvaraju iznad iznosa koji dobijaju kao najamninu (platu) naziva se

„višak vrednosti“ ili $V + M$. Ovaj višak vrednosti predstavlja razliku između vrednosti proizvoda koji radnici stvaraju svojim radom i vrednosti najamnine koja predstavlja iznos koji radnici primaju kao nadoknadu za svoj rad.

Kapitalisti, koji poseduju sredstva za proizvodnju (kapital), ostvaruju monopol nad ovim viškom vrednosti i prisvajaju ga za sebe. Ako su radnici plaćeni samo onoliko koliko im je potrebno za osnovne potrebe (najamnina), a njihov rad stvara znatno više vrednosti nego što su primili kao nadoknadu, tada će višak vrednosti biti veći, a eksploatacija radnika će biti intenzivnija. Višak vrednosti može se meriti „stopom viška vrednosti“ (označena sa m') koja može biti različita u zavisnosti od stepena eksploatacije radnika.

„Stopa viška vrednosti“ (m') izražava odnos između viška vrednosti ($V + M$) i najamnine (V). Matematički, to može biti predstavljeno kao:

$$m' = \frac{V + M}{V}$$

Visoka stopa eksploatacije znači da radnici stvaraju znatno veći višak vrednosti u odnosu na svoje plate, što znači da je kapitalista eksploataisao radnike u većoj meri.

Marks je primetio da su u kapitalizmu, radnici prinuđeni da prodaju svoju radnu snagu poslodavcima kako bi zaradili za svoj život. Međutim, rad u kapitalističkom okruženju postaje sredstvo za ostvarivanje profita, a ne sredstvo za zadovoljavanje ljudskih potreba i stvaranje društvene dobrobiti.

Marksistička ekonomska analiza naglašava ovaj aspekt kapitalističkog sistema i ističe nepravedne aspekte eksploatacije radnika koji se ogledaju u tome da radnici nemaju kontrolu niti vlasništvo nad proizvodima koje stvaraju, već ih prodaju poslodavcu, a zatim poslodavac određuje cenu i distribuciju proizvoda. U ovoj doktrini se ističe da privatni sektor preferira kratkoročna ulaganja i da je zato opterećen profitnom motivacijom na kratak rok, dok su se državnim

sektoru pripisivale dugoročne razvojne vizije zbog čega se državna svojina smatrala ekonomski superiornijom u odnosu na privatni kapital, tržište i profitnu motivaciju.²⁹

Marks je verovao da kapitalizam stvara antagonizam između dve ključne društvene klase – kapitalista i radnika. Kapitalisti poseduju sredstva za proizvodnju (fabrike, zemlju, mašine itd.) i kontrolišu proces proizvodnje. S druge strane, radnici nemaju sopstvena sredstva za proizvodnju i prinuđeni su da prodaju svoj rad kako bi preživeli. Ovaj odnos između kapitalista i radnika neminovno dovodi do klasnog sukoba koji će se postepeno pogoršavati jer će kapitalisti stalno težiti da povećaju svoj profit, dok će radnici težiti da poboljšaju svoj položaj i uslove rada.

Marksistička analiza ističe da kapitalizam ima inherentne kontradikcije i nepravde, uključujući i nesrazmeru između zarada radnika i profita kapitalista. Prema ovoj teoriji, povećanje profita na račun smanjenja plata i najamnina radnika može dovesti do smanjenja obima potrošnje radnika i njihovih porodica. Ovo se obično naziva „krizom potrošnje“ ili „krizom realizacije“. Kada radnici primaju niske plate i najamnine, nemaju dovoljno novca za potrošnju, što može smanjiti ukupnu tražnju u društvu. Kako potrošači ne mogu kupiti dovoljno proizvoda i usluga, to može dovesti do smanjene tražnje na tržištu. U takvoj situaciji, preduzeća koja proizvode robu mogu se suočiti s viškom proizvoda i usluga, što vodi do hiperprodukcije i gomilanja zaliha koje nema ko da kupi.

Ovaj fenomen može doprineti ekonomskoj recesiji i finansijskim krizama jer preduzeća mogu imati poteškoća u plasiranju svojih proizvoda i ostvarivanju dobiti. Takođe, smanjena potrošnja može smanjiti prihode države od poreza, što dalje može otežati finansiranje državnih programa i usluga.

Tvrđnja marksista da se rešenje ovih problema nalazi u prelasku na društvo koje će kontrolisati radnici i koje će funkcionisati na principima socijalizma ili komunizma, gde će sredstva za proizvodnju

²⁹ Marsenić, D., (1996). *Ekonomika Jugoslavije*. Beograd: Ekonomski fakultet, str. 497.

biti u vlasništvu celog društva, a ekonomske odluke će biti usmerene na zadovoljavanje potreba celokupnog društva.

Komunizam predstavlja krajnji cilj marksističke vizije, a ogleda se u društvu bez klasa i države. U komunističkom društvu, ljudi će živeti u potpunom kolektivnom vlasništvu nad sredstvima za proizvodnju i resursima. Društvena proizvodnja i distribucija će biti organizovana po principu „svako prema sposobnostima, svakome prema potrebama“, gde neće biti eksploatacije, privatne svojine nad sredstvima za proizvodnju i socijalnih nejednakosti.

Važno je napomenuti da ovo suštinski predstavlja teoretski model, a u praksi nijedno društvo do sada nije u potpunosti ostvarilo komunizam prema Marksovoj viziji. Postojala su različita društva koja su sebe nazivala socijalističkim, ali njihova implementacija i realizacija socijalističkih ideala razlikovala se značajno od onoga što je Marks zamislio.

Takođe, različite škole marksizma imaju različite interpretacije i pristupe kako bi se postigle društvene promene, a tranzicija iz kapitalizma ka socijalizmu i komunizmu je tema mnogih debata i kontroverzi među marksistima i drugim društvenim teoretičarima. Pored različitih interpretacija i pristupa marksizmu tokom istorije, njegova značajna uloga u razvoju ekonomske misli ostaje neporeciva a njegove teorije su i dalje predmet rasprava i proučavanja širom sveta.

Mnogi teoretičari i aktivisti koriste i dalje Marksove ideje kako bi analizirali savremene društvene probleme i borili se za promene. Marksizam ostaje važan teorijski okvir i inspiracija za mnoge ljude koji se zalažu za socijalnu pravdu, jednakost i promene u društvu.

3.2.4. Džon Majnard Kejns

Džon Majnard Kejns (John Maynard Keynes, 1883–1946), britanski ekonomista koji je živio u 20. veku, svojim delom „Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca“³⁰ (“The General Theory of

³⁰ John M. Keynes (1956). *Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca*. Beograd: Kultura.

Employment, Interest and Money”) objavljenim 1936. godine, izuzetno je uticao na ekonomsku teoriju i njegove ideje imaju značajan uticaj na ekonomske politike i teorije koje su usledile.

Pre Kejnsove teorije, vladala je dominantna doktrina liberalizma u ekonomskom razmišljanju u kapitalističkim zemljama. Međutim, nakon Velike svetske ekonomske krize, Kejns je predstavio nove ideje koje su zastupale aktivniju ulogu države u ekonomiji. Da bi se prevazišle ekonomske nevolje izazvane Velikom svetskom ekonomskom krizom, Kejns je preporučio da država preduzme mere za povećanje javnih investicija, podsticanje potrošnje i smanjenje kamatnih stopa kako bi se podstakao privredni rast i zaposlenost. Tako je on postao ekonomski teoretičar državnog intervencionizma, a njegova teorija je imala veliki uticaj ne samo na ekonomsku politiku posle Velike depresije, već je i postala osnova za razvoj modernih makroekonomskih teorija i politike.

Ključna načela Kejnsove teorije uključuju:

1. *Državnu intervenciju* smatrajući da vlada treba da preuzme odgovornost za stabilizaciju ekonomije putem fiskalnih politika, kao što su povećanje javnih investicija ili smanjenje poreza, kako bi se podstakla tražnja i povećala zaposlenost.
2. *Potrošnju i štednju* pri čemu se ističe značaj potrošnje za ekonomski rast. Njegova teorija je ukazivala na to da rast štednje može smanjiti ukupnu tražnju i dovesti do pada ekonomske aktivnosti, a time i do nezaposlenosti.
3. *Javne investicije* kojim je Kejns naglašavao ulogu države u investiranju u infrastrukturu i druge projekte kako bi se podstakao ekonomski rast i zaposlenost.

Kejns je smatrao da je ravnoteža između ukupne tražnje i ukupne ponude (proizvodnje) ključni faktor za postizanje pune zaposlenosti i stabilne ekonomije. U svojoj teoriji Kejns zagovara da ukupna tražnja (potrošnja, investicije, javne potrošnje, neto izvoz) igra ključnu ulogu u određivanju nivoa proizvodnje i zapošljavanja u društvu.

Ako ukupna tražnja padne ispod kapaciteta proizvodnje ekonomije, to može dovesti do smanjenja proizvodnje i povećanja nezaposlenosti. Suprotno tome, ako ukupna tražnja premašuje kapacitet proizvodnje, to može dovesti do rasta proizvodnje i smanjenja nezaposlenosti. Prema tome, Kejns je zagovarao važnost stimulisanja agregatne tražnje kako bi se održao nivo proizvodnje i zapošljavanja. To je često uključivalo intervenciju države putem fiskalnih politika (povećanje javnih investicija, smanjenje poreza) i monetarne politike (smanjenje kamatnih stopa) kako bi se podstakla potrošnja i investicije i održao privredni rast.

Kejns je svojim radom promenio način razmišljanja o ekonomiji i otvorio novi pravac u ekonomskoj teoriji koji je imao veliki uticaj na ekonomske politike nakon Drugog svetskog rata. Ideje Kejnsove ekonomije formirale su osnovu za ekonomsku politiku poznatu kao „kejnizijanstvo“, koja je postala dominantna u mnogim razvijenim zemljama tokom posleratnog perioda. Kejnsova teorija i analize o promenama u obimu proizvodnje i zaposlenosti postale su osnova za dalje razumevanje makroekonomske politike i uticale su na oblikovanje ekonomske politike mnogih zemalja kako bi se prevazišle ekonomske krize i podstakao privredni razvoj i stvorile moderne države. Pre svega Kejnsova, ali i ekonomistima koji su nastavili razvijati kejnzijske ideje, pripada zasluga stvaranja osnovne makroekonomske aparature na kojoj se danas zasniva ekonomska politika gotovo svih savremenih zemalja.

Tokom svog života, Džon Majnard Kejns je bio slavljn kao ekonomista koji je pružio teorijsku osnovu za aktivnu državnu intervenciju kao sredstvo za prevazilaženje Velike ekonomske krize iz tridesetih godina XX veka. Njegova teorija, poznata kao kejnziizam, bila je dominantna i neprikosnovena do sedamdesetih godina. Međutim, tada se javlja stagflacija koja označava pojavu istovremene stagnacije, nezaposlenosti i visoke inflacije, posebno u razvijenim privredama sveta. Stagflacija je postavila ozbiljan izazov pred kejnzijsku ekonomsku teoriju. Kritičari, uključujući ekonomiste poput Milтона Fridmana (Milton Friedman), tvrdili su da kejnzijska teorija nije pružila adekvatno rešenje za suočavanje s ovim novim

ekonomskim problemima.³¹ Fridman i drugi monetaristički ekonomisti naglašavali su važnost monetarne politike i tvrdili su da je kontrola novčane mase ključna za borbu protiv inflacije. Ovaj period je označio kraj dominacije kejnsovanske ekonomske teorije i otvorio vrata različitim ekonomskim pristupima, uključujući monetarizam i kasnije nastojanja da se elementi kejnsovizma usklade s drugim ekonomskim teorijama.

Da je Keynesovo delo ostalo izuzetno kontroverzno, pokazuju ocene iz 1983. godine, izrečene na raznim skupovima povodom stogodišnjice njegovog rođenja. Na primer, Pol Samuelson (Paul Samuelson) je izjavio da je Keynes „jedan od trojice najvećih ekonomista svih vremena“, uz Adama Smita i Leona Valrasa, i dodao da je „makroekonomiju stvorio Keynes“.³² Oživljavanje Kejnsovizma dogodilo se zbog krize koja je dramatično pogodila svetsku ekonomiju, posebno od septembra 2008. godine. U opštem haosu koji je nastao, s pretnjom sloma svetske ekonomije zbog kolapsa finansijskog sistema, vlade širom sveta su posegnule za najradikalnijim kejnsovističkim pristupom – deficitarnim finansiranjem agregatne tražnje. Dramatično povećanje javnog duga koje su sve vlade preuzele sprečilo je da se trenutna kriza pretvori u katastrofu. Iako postoje različita mišljenja o tome da li su ove intervencije dovoljne ili ne, prihvatljive ili pozitivne, ovaj odgovor na krizu jasno pokazuje da su Keynesove ideje ponovno postale relevantne, s obzirom na izazove savremene svetske ekonomije.

Dakle, svetska finansijska kriza iz 2008. godine dovela je do obnove interesa za Keynesove teorije i primenu njegovih principa u rešavanju ekonomske krize i njenih posledica.

³¹ Dragoslav, K. i dr. (2008). *Osnovi ekonomije*. Niš, str. 9.

³² Vujačić, I. (2011). *Kejns protiv klasika*. Beograd: JP Službeni glasnik, str. 7.

3.2.5. Savremena ekonomija

Tokom razvoja ekonomske nauke, postignut je značajan i nepobitan napredak u razumevanju ekonomskih fenomena i procesa. Ekonomija je postala sveobuhvatna i sistematična nauka koja se bavi proučavanjem ponašanja privrede u celini, preduzeća, domaćinstava i pojedinaca, kao i različitih ekonomskih sistema i pojava.

Savremena ekonomija je dinamična i nastavlja se razvijati kako se društvo i ekonomski izazovi menjaju. Ekonomisti i dalje rade na istraživanjima i analizama kako bi razumeli kompleksne ekonomske pojave i predložili odgovarajuću politiku za unapređenje ekonomske dobrobiti i društvenog razvoja, zbog čega se očekuje da će i dalje biti mnogo novih i značajnih doprinosa u budućnosti.

Savremenu ekonomiju karakteriše:

- Globalizacija koja se ogleda u sve većem povezivanju ekonomija širom sveta i stvaranju globalnih veza i interakcija. Trgovina, investicije, informacije i tehnologija slobodno kruže širom sveta, stvarajući globalne ekonomske veze.
- Tehnološki napredak i digitalizacija utiču na sve aspekte ekonomije. Inovacije i tehnologija imaju značajnu ulogu u povećanju produktivnosti, stvaranju novih industrija i promeni načina poslovanja.
- Nejednakost postaje sve izraženija u savremenoj ekonomiji. Razlike u bogatstvu, prihodima i pristupu resursima između različitih društvenih slojeva predstavljaju izazov za socijalnu koheziju.
- Ekonomija znanja ključni resurs u savremenom društvu, pri čemu se ekonomije sve više fokusiraju na proizvodnju i distribuciju znanja, obrazovanje, istraživanje i razvoj.
- Zaštita životne sredine i pitanja održivog razvoja i postaju sve važnija, zbog čega savremena ekonomija mora tražiti ravnotežu između ekonomskog rasta i zaštite okoline.

- Društvena odgovornost takođe postaje deo ekonomske agende, pri čemu kompanije i države sve više prepoznaju važnost odgovornog poslovanja i doprinosa zajednici.
- Fleksibilnost i nestabilnost je odlika savremenih ekonomija koja je podložna promenama i oscilacijama. Brze promene na tržištima, ekonomske krize i nesigurnost postaju uobičajeni izazovi.
- Državni intervencionizam ima zadatak da obezbedi kapitalistima slobodan proces reprodukcije ukupnog društvenog kapitala i povoljne uslove kapitalističke proizvodnje.³³ Država treba da postane regulator privrednog razvoja zemlje kroz primenu određenih mera i instrumenata, kao i da interveniše u rešavanju ekonomskih kriza.
- Ekonomska politika postaje kompleksnija i zahteva efikasne politike monetarne, fiskalne, industrijske, trgovinske i druge politike kako bi se ostvarili ciljevi ekonomske stabilnosti i rasta.

Ovo su samo neka od ključnih obeležja dinamične savremene ekonomije, pri čemu je izvesno da će ona nastavljati da se razvija kako se društvo i ekonomski izazovi menjaju.

Ekonomija kao multidisciplinarna i dinamična nauka u kojoj se različite teorije i ideje stalno razvijaju i dopunjuju, ostavlja prostor za mnoge ekonomiste koji svojim učenjem mogu uticati na ekonomske analize i politiku u savremenom dobu u cilju unapređenja ekonomske dobrobiti i društvenog razvoja.

U 21. veku postoji mnogo istaknutih ekonomista koji su doprineli ekonomskoj teoriji i bili nagrađivani za svoj rad. Nabranjanje svih poznatih savremenih ekonomista je gotovo nemoguće jer je ekonomija široko polje koje obuhvata mnoge poddiscipline i specijalizacije, a ekonomisti se bave različitim temama kao što su makroekonomija, mikroekonomija, razvojna ekonomija, međunarodna ekonomija, finansije, tržišta kapitala, ekonomska politika, ekonomska istorija, ekonomska sociologija itd.

³³ Triffin, R. (1940). *Monopolistic Competition and General Equilibrium*.

Umesto nabiranja imena, važno je napomenuti da su savremeni ekonomisti ključni akteri u oblikovanju ekonomske politike, donošenju odluka i razumevanju kompleksnosti globalne ekonomije. Njihov rad i istraživanje doprinose ekonomskom napretku i boljem razumevanju ekonomskih procesa i izazova.

3.3. Uloga ekonomske nauke

Iako je postignut značajan napredak u razumevanju ekonomskih pojava i procesa, postoje mnogi aspekti ekonomije koji još uvek nisu potpuno shvaćeni ili za koje ne postoje jednostavna i univerzalna rešenja.

Neizvesnosti i nepredvidivosti u ekonomiji, su jedan od ključnih izazova sa kojima se ekonomisti suočavaju. Odluke i ponašanje ekonomskih subjekata često su podložni promenama iz različitih razloga, uključujući političke faktore, društvene promene, tehnološki napredak, međunarodne odnose itd.

Neprekidno istraživanje i analiziranje ekonomskih pojava i promena, kao i primena naučnih metoda u praksi, omogućavaju ekonomistima da razvijaju teorije i politike koje mogu pomoći u rešavanju ekonomskih problema i unapređenju ekonomskog razvoja i blagostanja ljudi.

Nastojanje ekonomista da pronalaze odgovore na kompleksne ekonomske probleme i da predlažu efikasne politike i strategije ostaje ključni element u postizanju prosperiteta i ravnoteže u društvima širom sveta.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta generiše ekonomske probleme?
2. Kako se manifestuju ekonomski problemi?
3. Objasniti značaj održivog upravljanja resursima.
4. U čemu se ogledaju endogeni uzroci ekonomskih problema?
5. U čemu se ogledaju egzogeni uzroci ekonomskih problema?
6. U čemu se ogleda značaj ekonomske misli?
7. Koji ekonomista se smatra *ocem ekonomije*?
8. Koja su ključna načela Kejnsove teorije?

Glava II – EKONOMIJA KAO DRUŠTVENA NAUKA

*Bez obuke nema znanja, bez znanja
nema samopouzdanja, bez samo-
pouzdanja nema pobjede.*

JULIJE CEZAR

1. TERMINOLOŠKO ODREĐENJE POJMA EKONOMIJA

Reč „ekonomija“ potiče od grčkog izraza „*oikonomia*“, koji je sastavljen od dve reči: „*oikos*“ što znači „domaćinstvo“ ili „kuća“ i „*nomos*“ što znači „zakon“ ili „pravilo“. Doslovno, „ekonomija“ znači „upravljanje domaćinstvom“ ili „upravljanje kućom“.

U početku, ova reč se koristila za opisivanje upravljanja i organizacije domaćinstva, posebno u vezi sa finansijama, raspodelom resursa i donošenjem odluka kako bi se zadovoljile potrebe domaćinstva. Vremenom, koncept ekonomije proširio se na analizu i upravljanje ekonomskim sistemima na različitim nivoima, od individualnih domaćinstava do društava i svetske ekonomije. Danas se termin „ekonomija“ odnosi na širok spektar tema i proučava različite aspekte ekonomskih aktivnosti i procesa.

U ekonomskoj literaturi postoji niz različitih definicija ekonomije (eng. Economics) kao nauke. Ove definicije mogu varirati u naglascima i fokusima, ali zajedno doprinose razumevanju ove značajne naučne discipline.

U nastavku se navode, ilustracije radi, neke od tih definicija.

Martin Bronfenbrenner, Verner Sichel i Vailand Gardner: „Ekonomija se može definisati kao društvena nauka koja se bavi problemom upotrebe ili upravljanja oskudnim resursima (faktorima proizvodnje) tako da se postigne najveće ili maksimalno ispunjenje neograničenih potreba društva (cilja proizvodnje)“.³⁴

Dejvid Beg, Stenli Fišer i Rudiger Dornbuš: „Ekonomija je nauka o tome kako društvo da odluči šta, kako i za koga da proizvodi“.³⁵

Alfred Mašal definisao je *ekonomiju* kao: „proučavanje čovekovih akcija u svakodnevnom poslovnom životu; ona istražuje onu stranu individualne i društvene akcije koja je veoma tesno povezana sa ostvarivanjem i korišćenjem materijalnih pretpostavki blagostanja.“³⁶

Ukoliko bi se htelo doći do sintetičke definicije *ekonomije* kao nauke moglo bi se reći da je to društvena nauka koja proučava proizvodnju, distribuciju i potrošnju dobara i usluga. Ova nauka analizira način na koji ljudi, firme i druge organizacije donose odluke o tome kako će raspodeliti svoje resurse kako bi zadovoljili svoje potrebe i želje, zbog čega se često navodi i da je ekonomija nauka o izboru. Ona proučava način na koji pojedinci i društvo biraju da koriste resurse kako bi zadovoljili svoje potrebe i želje. Kao takva, ekonomija se bavi pitanjima zašto ljudi kupuju određene proizvode, kako firme odlučuju da investiraju svoj kapital, kako vlade planiraju svoje budžete i sl.

Kao što je Adam Smit, osnivač moderne ekonomske teorije, napisao u svom delu „Bogatstvo naroda“ (1776): „Nije iz dobrovoljnosti mesara, pivara ili pekara da nas snabdeavaju svojim potrebama, nego iz njihove brige za sopstvenu korist.“

³⁴ Bronfenbrenner, M., Sichel, W., Gardner, W. (1990). *Microeconomics* (3th edition). Boston: Houghton Mifflin Company, MA.

³⁵ David Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R. (1987). *Economics*. England: McGraw – Hill Book Company (UK) Limited, Berkshire 2.

³⁶ Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8th ed.). New York: Macmillan. Prema knjizi Richard T. Froyen (1986). *Macroeconomics* (2nd edition). New York: Macmillan Publishing Company.

Glavni cilj ekonomije je razumevanje načina na koji funkcioniše ekonomski sistem i kako različiti faktori utiču na njegovu stabilnost, rast i razvoj. Ekonomija takođe proučava fenomene kao što su inflacija, nezaposlenost, kamatne stope, trgovina, globalizacija, monetarna politika, fiskalna politika i mnoge druge elemente koji oblikuju ekonomske okolnosti društva.

Ekonomija se deli na tri osnovna nivoa analize, koji su međusobno tesno povezana i međuzavisna, pri čemu čine jezgro ekonomske analize stanja i kretanja u privredi datog društva ili države. To su:

1. Mikroekonomija (Microeconomics) koja proučava ekonomske aktivnosti na nivou pojedinaca, domaćinstava i firmi.
2. Makroekonomija (Macroeconomics) se bavi analizom ekonomskih agregata na nivou celokupne privrede.
3. Globalna ekonomija (Global Economics) analizira ekonomske odnose i interakcije između različitih zemalja i regiona na svetskom nivou.

Ova tri nivoa ekonomske analize doprinose razumevanju različitih aspekata ekonomije na različitim skalama – od mikro odluka pojedinaca i firmi do makroekonomske politike i globalnih ekonomskih odnosa. Razumevanje ovih nivoa pomaže ekonomistima, donosiocima politika i javnosti da steknu dublji uvid u kompleksnost ekonomskih procesa i njihovih uticaja na društvo.

2. MIKROEKONOMIJA

Reč „mikro“ potiče od grčkog prefiksa „mikros“ što znači „mali“. U ekonomiji, „mikro“ se odnosi na analizu i proučavanje malih i pojedinačnih jedinica, kao što su pojedinci, domaćinstva ili firme, i njihovih odluka i ponašanja na tržištu.

Fokusirajući se na detaljno proučavanje pojedinih delova ekonomske celine, mikroekonomija je važna jer pomaže da se razumeju fundamentalni principi koji leže u srcu ekonomskih odluka

pojedinaca i organizacija. Znanja iz mikroekonomije pomažu u oblikovanju ekonomske politike, analizi tržišnih problema i donošenju informisanih odluka o proizvodnji i potrošnji dobara i usluga. Glavni sadržaji ekonomske nauke potiču iz mikroekonomije.³⁷

2.1. Predmet mikroekonomije

Predmet mikroekonomije je proučavanje ekonomske aktivnosti pojedinaca, domaćinstava i preduzeća na mikro nivou, kao i njihove međusobne interakcije na tržištu.³⁸ Ova grana ekonomije fokusira se na analizu pojedinačnih privrednih subjekata i njihovih odluka o proizvodnji, potrošnji i distribuciji dobara i usluga.

Glavni predmeti izučavanja mikroekonomije uključuju sledeće domete:

- *Potražnja i ponuda*, pri čemu se vrši analiza načina na koji potrošači biraju između različitih dobara i usluga i kako organizacije odlučuju koliko će proizvoditi i po kojim cenama.

Ovo se može objasniti na primeru potražnje i ponude na tržištu voća i povrća: Na pijaci se mogu primetiti različite cene za različite vrste voća i povrća – što je rezultat interakcije potražnje i ponude. Odnosno, ako je potražnja za jagodama veća od raspoložive ponude, cene jagoda će verovatno biti veće. U međuvremenu, ako je ponuda paradajza velika, a potražnja mala, cena paradajza će biti niža. Mikroekonomija pomaže da se razume kako se određuju cene i koliko su ljudi spremni da plate za različite proizvode.

- *Teorija potrošača*, koja se bavi analizom o tome kako potrošači donose odluke o potrošnji, uzimajući u obzir njihove preferencije, budžet i ograničenja.

Ovo se može objasniti na primeru donošenja odluka o kupovini mobilnog telefona: Kada kupac razmišlja o kupovini novog mobilnog

³⁷ Milenović, B. (1998). *Mikroekonomija*. Niš: Europrojekt, str. 19.

³⁸ Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, str. 504.

telefona, suočen je sa različitim opcijama kupovine po različitim cenama. Mikroekonomija se bavi pitanjima poput onih koja razmatraju kako potrošači donose odluke o kupovini, kako uzimaju u obzir svoje preferencije i proračun, pri čemu se teži ustanoviti koji će faktori uticati na njihov izbor.

- *Teorija firme*, koja se bavi analizom o tome kako firme i organizacije donose odluke o proizvodnji, kombinovanju resursa i određivanju cena proizvoda.

Ovo se može objasniti na primeru donošenja odluka o pokretanju firme i proizvodnji: Kada preduzetnik ima ideju i razmišlja o pokretanju proizvodnje, mikroekonomija pomaže u da razumevanju kako da se optimizuju proizvodni kapaciteti, koje resurse da koristiti i kako da odrediti cenu proizvoda. Ovom analizom se utvrđuju troškovi proizvodnje, mogućnost postizanja maksimalnog profita i reagovanje na konkurenciju.

- *Tržišna konkurencija*, koja se bavi analizom kako različiti oblici tržišne konkurencije utiču na cene i količine tržišnih dobara i usluga i istraživanje situacija u kojima tržišta ne funkcionišu efikasno.

Ovo se može objasniti na primeru kompanija koje imaju monopolistički položaj na tržištu, pri čemu mikroekonomija pomaže u razumevanju kako monopolistička firma postavlja cene i količinu proizvoda i kako ova situacija utiče na potrošače i druge učesnike na tom tržištu.

- *Efikasnost javnih usluga*, gde se analizom pokušavaju razmotriti eksternalije i uticaj proizvodnje i potrošnje na treća lica, kao i važnost javnih dobara.

Ovo se može objasniti na primeru javnih usluga kao što su zdravstvo, obrazovanje ili promet, pri čemu mikroekonomija može pomoći u razumevanju kako pružiti optimalne usluge s obzirom na ograničene resurse. To uključuje analizu troškova i koristi, efikasnost pružanja usluga.

Ukratko, mikroekonomija pomaže da se razume kako se ekonomske odluke donose na individualnom nivou, kako se formiraju cene i količine proizvoda, kako firme maksimiziraju profit i kako vlade mogu da intervenišu da poboljšaju uslove ekonomskog tržišta. Razumevanje mikroekonomije je od suštinskog značaja za donošenje boljih ličnih i poslovnih ekonomskih odluka i za oblikovanje efikasne ekonomske politike.

2.2. Bazična mikroekonomska pitanja

Bazična mikroekonomska pitanja se odnose na osnovne koncepte i principe mikroekonomije, koja se bave proučavanjem ekonomskih odluka pojedinaca, domaćinstava i firmi, kao i njihove međusobne interakcije na tržištu dobara i usluga.

Mikroekonomska pitanja o kojima ekonomski akteri moraju da donosu konkretne odluke, pri čemu se opredeljuju između različitih alternativa, su:

- *šta* proizvoditi?
- *kako* proizvoditi?
- *za koga* proizvoditi?

Ova pitanja su međusobno u velikoj meri povezana i uslovljena i odnose se na ključna ekonomska pitanja koja se tiču odluka o proizvodnji dobara i usluga u društvu. Ova pitanja predstavljaju osnovu ekonomske organizacije i određuju kako će se resursi iskoristiti kako bi se zadovoljile potrebe društva.

Važno je napomenuti da ova pitanja nisu uvek jednostavna i da se rešenja često razlikuju u zavisnosti od ekonomskog sistema, političkih odluka i društvenih vrednosti. Tržišna privreda često prepušta ove odluke tržištu i pojedinačnim akterima, dok u drugim ekonomskim sistemima država ima veću ulogu u planiranju i regulisanju proizvodnje i distribucije.

2.2.1. Prvo pitanje: Šta proizvoditi?

Sva potrebna dobra i usluge nije moguće neograničeno proizvoditi. Umesto toga, ekonomija se suočava sa izborima o tome kako najefikasnije koristiti ograničene resurse kako bi zadovoljila potrebe i želje društva. To je suština ekonomske nauke – upravljanje ograničenim resursima u cilju postizanja optimalnih rezultata. To je ključno pitanje koje se odnosi na alokaciju resursa kako bi se zadovoljile potrebe društva na najefikasniji način.

Društvo donosi odluke o tome šta će proizvoditi, direktno ili indirektno, putem različitih mehanizama i institucija. Evo nekoliko primera iz privrede i života kako društvo može uticati na proizvodnju određenih dobara i usluga:

1. Državna politika i strategija: Vlade imaju značajan uticaj na ekonomiju kroz razne politike i strategije. Na primer, vlada može postaviti prioritete za razvoj određenih sektora, kao što su tehnologija, zdravstvo, obrazovanje ili infrastruktura, i pružiti podsticaje i subvencije kako bi podržala proizvodnju u tim sektorima.
2. Potrebe društva i javne usluge: Društvo može odlučiti da prioritet bude na proizvodnji dobara i usluga koje su ključne za zadovoljenje osnovnih potreba stanovništva, kao što su hrana, stanovanje, obrazovanje, zdravstvena zaštita i infrastruktura.
3. Ekološke odluke: Svest o zaštiti životne sredine i održivosti takođe može oblikovati odluke o proizvodnji. Društvo može podsticati proizvodnju ekološki prihvatljivih dobara i usluga, dok može ograničavati ili oporezivati one koji su štetni za okolinu.
4. Kulturni i društveni faktori: Kulturni i društveni faktori igraju ulogu u oblikovanju potražnje za određenim proizvodima. Na primer, ako postoji veća podrška lokalnoj umetnosti i ručno izrađenim proizvodima, to može uticati na odluke proizvođača o tome šta će proizvoditi.

5. Globalne trgovinske politike: Globalizacija i međunarodna trgovina takođe mogu uticati na odluke o proizvodnji. Države mogu imati trgovinske sporazume ili politike koje podržavaju izvoz određenih dobara ili promovišu domaću proizvodnju kako bi se zaštitila domaća industrija.

Ovi primeri pokazuju kako društvo, kroz različite mehanizme i institucije, može uticati na odluke o proizvodnji i oblikovati ekonomiju prema svojim potrebama, vrednostima i ciljevima.

2.2.2. Drugo pitanje: Kako proizvoditi?

Pošto su resursi ograničeni, neophodno je da se oni koriste racionalno, zbog čega se upravo ovo pitanje „kako proizvoditi?“ u ekonomiji odnosi na izbor tehnika i metoda proizvodnje dobara i usluga. Ovo pitanje se tiče efikasnosti proizvodnog procesa i korišćenja resursa kako bi se ostvarili najbolji rezultati.

Odluka o tome kako proizvoditi utiče na produktivnost, troškove i kvalitet proizvoda, pri čemu se prilikom proizvodnje mogu koristiti razne metode od kojih se najčešće sreće: ručna proizvodnja (ručno pravljeni nakit, unikatni umetnički predmeti ili ručno tkana odeća), mašinska proizvodnja (upotreba različitih mašina i tehnologija kako bi se proizvodi izrađivali brže i u većim količinama, pri čemu su proizvodni procesi često automatizovani), Lean proizvodnja (metoda koja podstiče smanjenje otpada, bolje upravljanje zalihama i veću angažovanost radne snage), masa prilagođena proizvodnja (masa prilagođena proizvodnja podrazumeva prilagođavanje proizvoda ili usluga specifičnim potrebama i zahtevima individualnih kao što je npr. proizvodnja odeće, obuće, nameštaja po narudžbi kupaca), sistem proizvodnje “Just-in-time” (metoda proizvodnje u kojoj se proizvodi proizvode samo kada postoji potražnja za njima, u cilju smanjenja zaliha i troškove skladištenja, fokusirajući se na isporuku proizvoda tačno u trenutku kada ih kupci zahtevaju) i druge metode.

Izbor odgovarajuće metode proizvodnje zavisi od raznih faktora, uključujući vrstu proizvoda, tehnološke mogućnosti, potrebe

tržišta, ciljnu grupu i ekonomske resurse i može biti ključan za uspeh preduzeća i ekonomskog sistema.

2.2.3. Treće pitanje: Za koga proizvoditi?

Odgovor na pitanje „Za koga proizvoditi?“ znači poznavati potrebe tržišta, poznavati potrebe potencijalnih kupaca i znati šta su oni spremni da kupe. Odluka o tome za koga proizvoditi zavisi od više faktora.

Najčešće je odgovor na ovo pitanje uslovljen tržišnom potražnjom. Proizvođači će se fokusirati na ciljnu grupu koja ima najveću potražnju za njihovim proizvodima ili uslugama. Na primer, ako postoji velika potražnja za mobilnim telefonima, proizvođači mobilnih telefona će se fokusirati na zadovoljenje potreba potrošača koji su zainteresovani za ovu vrstu proizvoda.

Proizvodnja i potrošnja su duboko povezane u ekonomiji. Potrebe i preferencije potrošača utiču na to šta se proizvodi, dok proizvodnja određuje dostupnost dobara i usluga koje potrošači mogu kupiti. Proizvodnja, nije moguća bez potrošnje, jer bez tržišta koje će kupiti proizvode, proizvođači nemaju razloga da proizvode.

Ako proizvođači tražene proizvode i usluge usmere na pravu ciljnu grupu, to može dovesti do veće potražnje, rasta prihoda i boljeg ekonomskog stanja. S druge strane, pogrešan izbor ciljne grupe može rezultirati niskom potražnjom, prekomernom ponudom i ekonomskim izazovima za preduzeća i društvo u celini. Odluka za koga proizvoditi je, stoga, ključni faktor u postizanju uspešnog poslovanja i održivog ekonomskog razvoja. Međutim, proizvodnja nije ograničena samo potrebama i zahtevima potrošača, već i proizvodnim kapacitetima. Nivo proizvodnih kapaciteta u društvu određuje koliko dobara i usluga može biti proizvedeno u određenom vremenskom periodu. Ovo je ključni faktor koji utiče na ukupan obim proizvodnje u ekonomiji.

Privredno stanje, uključujući recesije i ekonomske krize, takođe može biti presudan faktor koji utiče na proizvodne kapacitete.

Tokom recesija, neiskorišćeni kapaciteti mogu ostati neuposleni, a proizvodnja može biti smanjena. Na drugoj strani, u periodima ekonomskog rasta, proizvodni kapaciteti se mogu proširivati kako bi se zadovoljile povećane potrebe i tražnja na tržištu.

Pitanje distribucije proizvedenih dobara i usluga, kao i raspodela profita, takođe je ključni ekonomski problem. Društvo mora pronaći pravi balans kako bi obezbedilo pravičnu raspodelu dobara i usluga među različitim slojevima društva. Ovo pitanje često podrazumeva razmatranje različitih ekonomskih sistema i politika, kao i socijalne i poreske politike.

Sve ove dimenzije proizvodnje, potrošnje i raspodele su ključne za razumevanje i analizu ekonomije, kao i za postizanje održivog ekonomskog razvoja i blagostanja društva.

2.2.4. Ekonomska organizacija

Ekonomska organizacija igra ključnu ulogu u određivanju ekonomske efikasnosti, pravičnosti raspodele dobara i usluga, kao i u ostvarivanju ciljeva društva. Različite zemlje i ekonomske sisteme mogu koristiti različite oblike ekonomske organizacije u zavisnosti od njihove političke, socijalne i ekonomske filozofije. Svaka od ekonomskih organizacija ima svoje prednosti i nedostatke i razlikuju se u načinu kako odlučuju o alokaciji resursa, raspodeli dobara i usluga i kontroli nad ekonomijom.

Tri osnovna pitanja ekonomske organizacije: šta, kako i za koga proizvoditi se opisuju i u knjizi „Ekonomija“, autora Samjuelsona i Nordhauusa, koja je uvek aktuelna i relevantna jer naglašava analitički temelj ekonomije sa posebnom pažnjom posvećenom ekonomskom rastu i analizi tržišne ekonomije.

Knjiga takođe dobija na vrednosti zbog priznatog i stručnog autoriteta P. A. Samjuelsona koji je i dobitnik Nobelove nagrade iz 1970. godine. On će ostati upamćen i po svojoj sposobnosti da kompleksne ekonomske koncepte i teorije predstavi na jasan i razumljiv

način, što se smatra retkom veštinom među ekonomistima, zbog čega i spada u grupu posebno istaknutih ekonomista, koji je svojim radom obuhvatao različite oblasti ekonomske teorije.

Autori naglašavaju da je jedan od ključnih zadataka ekonomike da prouči i objasni različite načine na koje društvo može odgovoriti na pitanja: što, kako i za koga, pri čemu ukazuju i da „različita društva imaju alternativne ekonomske sastave, pa ekonomika proučava različite mehanizme koje društvo može upotrebiti da bi rasporedilo oskudna sredstva“.³⁹

U objašnjavanju načina organizovanja neke ekonomije prave razlikovanje između tržišne, komandne i mešovite privrede.

1. *Tržišna privreda*: Tržišna privreda se zasniva na slobodnom tržištu gde se ekonomske aktivnosti odvijaju uglavnom na osnovu tržišnih mehanizama, ponude i potražnje. U tržišnoj privredi, vlasnici resursa i preduzeća donose odluke o tome šta će proizvoditi, kako će proizvoditi i za koga će proizvoditi. Cena dobara i usluga formira se na osnovu tržišnih sila, što podstiče efikasnost i inovacije. Tržišna privreda se često povezuje s kapitalizmom. Navedeni autori kao primer ovakvog oblika ekonomske organizacije uzimaju tržišta Sjedinjenih Država i nekih demokratskih zemalja gde se većina ekonomskih pitanja rešava pomoću tržišta i u kojim zapravo sastav cena, tržišta, profita i gubitaka, podsticaja i kazna određuje šta, kako i za koga. Preduzeća proizvode robu koja donosi najveći profit (šta), najjeftinijim tehnikama proizvodnje (kako). Odluke pojedinaca o tome kako potrošiti zarade i prihodi od imovine stečene radom i svojinom određuju potrošnju (za koga).

Ekstreman slučaj tržišne ekonomije, u kojem država gotovo nema ekonomsku ulogu, zove se *laissez-faire* ekonomija.

2. *Komandna privreda*: Komandna privreda je sistem u kojem vlada ili država ima ključnu ulogu u donošenju ekonomskih

³⁹ Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. (1994). *Economics*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, pp. 6–7.

odluka. U ovom modelu, vlada kontroliše sredstva proizvodnje, raspodelu resursa i odlučuje o tome šta i koliko će se proizvoditi. Cene su obično određene od strane vlasti, a tržište igra manju ulogu ili je potpuno zanemareno. U komandnoj ekonomiji poput one koja je delovala u Sovjetskom Savezu, država je posedovala većinu sredstava za proizvodnju (zemlju i kapital). Takođe je bila vlasnik i rukovodila poslovanjem kompanija u većini industrija zbog čega je predstavljala poslodavca većini radnika, govoreći im kako da rade svoj posao. U komandnoj ekonomiji, država odlučuje kako ukupnu proizvodnju društva treba podeliti na različita dobra i usluge.

3. *Mešovita privreda*: Mešovita privreda je kombinacija elemenata tržišne i komandne privrede, jer nijedno moderno društvo ne spada u jednu ili drugu konfliktnu kategoriju u potpunosti. Umesto toga, sva društva su mešovite ekonomije, sa tržišnim i komandnim elementima privreda. Danas se većina odluka u Sjedinjenim Državama donosi na tržištu, pod „budnim okom“ države koja igra važnu ulogu u promeni delovanja tržišta. U ovom modelu, postoje privatni sektor i tržište koje igraju ključnu ulogu u ekonomiji, ali država takođe ima značajnu ulogu u regulisanju i intervenciji u ekonomiji kako bi se postigao određeni nivo socijalne pravde i stabilnosti. Ova vrsta ekonomije može uključivati državnu kontrolu ključnih sektora, socijalne programe, subvencije ili poreze kako bi se postigao određeni ekonomski cilj.

Ukratko, autori knjige „Ekonomija“ koja je prevedena na više od 45 jezika, objašnjavaju ove tri vrste ekonomija kako bi osvetlili različite načine organizovanja ekonomskih sistema i kako svaka od njih ima svoje prednosti i nedostatke. U stvarnosti, većina ekonomija ima elemente sve tri vrste, a njihov odnos može varirati zavisno o političkim, društvenim i kulturnim okolnostima.

3. MAKROEKONOMIJA

„Makro“ je izvorno grčka reč, i prevodu znači „veliki“, dok se izraz „Makroekonomija“ odnosi na granu ekonomije koja se bavi proučavanjem šire ekonomske slike na nivou celokupne ekonomije. To uključuje analizu i razumevanje celokupne ekonomske situacije jedne zemlje ili regiona. To je od suštinskog značaja za donošenje ekonomskih odluka, predviđanje budućih ekonomskih kretanja i formulisanje ekonomske politike što se može koristiti za postizanje ciljeva kao što su ekonomski rast, stabilnost cena i puna zaposlenost.⁴⁰

Koren makroekonomije može se pronaći u radovima klasičnih ekonomista poput Adama Smita koji je postavio dobru osnovu za budući razvoj makroekonomije, mada se za Smita više može reći da je utemeljivač mikroekonomije, grane ekonomije koja se bavi ponašanjem pojedinačnih veličina kao što su tržišta, preduzeća i domaćinstva. U svom radu „Bogatstvo naroda“, Smit je razmatrao pojedinačne veličine i ukazivao na slabost tržišnog mehanizma.

Za razliku od mikroekonomije, makroekonomija kao grana ekonomije koja se bavi ukupnom mogućnošću privrede, nije postojala u svom modernom obliku do 1936. godine. Tada je Džon Mejnard Kejns objavio revolucionarnu „Opštu teoriju zaposlenost, kamata i novca“ i u to vreme, Engleska i Sjedinjene Države su još uvek bile duboko uključene u Veliku depresiju. Stopa nezaposlenosti dostigla je četvrtinu radne snage i tražeći izlaz, Kejns je u svojoj knjizi razvio teoriju o tome šta su uzroci nezaposlenosti i ekonomskih padova, kako centralne banke ostaju bez novca i kamata i zašto neke zemlje napreduju dok druge zaostaju. Kejns je takođe dokazao da oni igraju snažnu ulogu u izgrađivanju poleta i padova poslovnih ciklusa.⁴¹ Zbog značaja koji je dao svojim radom, Kejns se smatra začetnikom izučavanja i prometerom makroekonomske politike.

Nekada je granica između mikroekonomije i makroekonomije bila veoma oštra, međutim ove dve discipline su se vremenom

⁴⁰ Sekulić, M., Kitanović, D., Cvetanović, S. (1997). *Makroekonomija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, str. 18.

⁴¹ Ibid, str. 5.

približavale a danas u savremenoj ekonomiji znanje ovih oblasti se prepliće, delimično zbog toga što su ekonomski fenomeni postali složeniji i problemi međusobno povezani. Kako se ekonomija razvijala, postalo je očigledno da mikroekonomske odluke i ponašanje pojedinaca igraju ključnu ulogu u formiranju makroekonomskih pojava, a makroekonomske promene imaju uticaj na mikroekonomske odluke. Na primer, inflacija (makroekonomska varijabla) može uticati na kupovnu moć potrošača (mikroekonomska odluka) ili na odluke firmi o zapošljavanju i investicijama.

Ovaj integrativni pristup doprinosi boljem razumevanju ekonomske stvarnosti i omogućava donošenje informisanih ekonomskih politika. Sve više ekonomista radi na istraživanjima koja premošćuju jaz između mikroekonomske i makroekonomske analize, kako bi se dobio celovitiji uvid u funkcionisanje ekonomije.

3.1. Predmet i značaj makroekonomije

Makroekonomija je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomske aktivnosti na nacionalnom ili globalnom nivou. Ova oblast se fokusira na analizu ukupne proizvodnje (bruto domaći proizvod – BDP), zaposlenosti, inflacije, kamatnih stopa i drugih ključnih faktora koji oblikuju ekonomske uslove u velikim razmerama.

Makroekonomija je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem šire slike ekonomske aktivnosti na nacionalnom i globalnom nivou. Ova disciplina istražuje kako se ukupna proizvodnja, zapošljavanje, inflacija, nezaposlenost, kamatne stope, devizni kursevi i drugi makroekonomski indikatori međusobno povezuju i kako na njih ekonomske politike mogu uticati.

Značaj makroekonomije ogleda se u nekoliko ključnih tačaka:

1. Politika i donošenje odluka:

Makroekonomske teorije pomažu vlastima da razumeju kako primeniti politike monetarne i fiskalne politike kako bi se postigla stabilnost i održiv rast. Na primer, centralne banke

koriste makroekonomske indikatore kako bi odlučivale o kamatnim stopama, dok vlade koriste fiskalne mere kako bi upravljale budžetom i potrošnjom.

2. Poslovne odluke

Firme koriste makroekonomske informacije za donošenje strateških odluka, kao što su planiranje proizvodnje i investicija. Na primer, ukupna tražnja u ekonomiji utiče na prodaju proizvoda i usluga, pa je važno razumeti kako će se ekonomske promene odraziti na poslovanje.

3. Globalni aspekti

Makroekonomske teorije pomažu u razumevanju međunarodnih ekonomskih odnosa, trgovine, deviznih kurseva i balansa plaćanja. Znanje o makroekonomiji je ključno za razumevanje globalne ekonomske dinamike.

3.2. Bazični makroekonomski problemi

Osnovni makroekonomski problemi su ključni izazovi sa kojima se suočava makroekonomska politika jedne zemlje ili globalnog ekonomskog sistema. Osnovni makroekonomski problemi koji najneposrednije pogađaju svakodnevni život ljudi su: inflacija, nezaposlenost, nizak privredni rast, nestabilnost valutnih kurseva, fiskalni deficit i dug, energetska oskudica, ekološka ugroženost, i mnogi drugi. Važno je napomenuti da ovi problemi često međusobno utiču i zahtevaju složene ekonomske analize i političke mere kako bi se rešili ili ublažili.

3.2.1. Inflacija

Ekonomska teorija se nijednim pitanjem nije bavila kao problemom inflacije, o čemu govore brojni radovi različitih istraživača. Jedan autor ističe da ako bi čovek hteo da pročita sve što zabeleženo o inflaciji, trebalo bi da živi preko 200 godina. Inflacija je svetski

problem i zauzima sve važnije mesto u ekonomskoj teoriji. Iz tog razloga, uvek je aktuelna tema za istraživanje i analizu. Ne postoji opšteprihvaćena „teorija inflacije“ koja bi dala odgovore na veliki broj pitanja vezanih za nastanak inflacije kao i adekvatno rešenje za uspostavljanje efikasne stabilizacione politike zemlje. U naučnoj literaturi, autori govore o mnogobrojnim vrstama inflacije. Na primer, Hansen⁴² razmatra 12 vrsta inflacije, dok P. Biakabe 32 vrste,⁴³ a F. Lage⁴⁴ čak 60 različitih vrsta inflacije

Pri objašnjenju fenomena inflacije može se poći od običnih građana koji mogu pratiti i „osećati“ efekte inflacije na osnovu svojih svakodnevnih iskustava i troškova. Iako ne sprovode formalne statističke analize, kao što to rade ekonomisti, ljudi svakako primećuju promene cena i osećaju uticaj inflacije na svoj životni standard na neki od sledećih načina:

1. *Praćenjem cena* – ljudi često primete promene cena onih dobara i usluga koje redovno kupuju, kao što su hrana, gorivo, kirija ili troškovi za komunalne usluge. Ako primete da su cene određenih dobara i usluga postepeno rastuće tokom vremena, to može ukazivati na inflaciju.
2. *Kupovna moć* – koja može varirati, pri čemu ljudi primećuju da za isti iznos novca mogu kupiti manje stvari nego ranije, to može biti indikator inflacije. Na primer, ako su ranije mogli kupiti više proizvoda za 100 evra, a sada za isti iznos mogu kupiti manje, to može ukazivati na smanjenje kupovne moći zbog inflacije.
3. *Uvod u novčanik* – osećaj da novac manje vredi javlja se kada se troškovi za svakodnevne potrebe povećaju, što dovodi do osećaja finansijskog pritiska.
4. *Razgovori i komentari* – ljudi često razgovaraju sa svojom porodicom, prijateljima i kolegama o cenama i troškovima.

⁴² Hansen, B. (1951). *A Study in the Theory of Inflation*. New York, pp. 27.

⁴³ Biakabe, P. (1962). *Analise contemporaine de l'Inflation*. Paris, pp. 1.

⁴⁴ Lage, F. (1959). *Die Sakulare Inflation*. Frankfurt am Main, pp. 33.

Komentari poput „sve je postalo skupo“ ili „ne mogu verovati koliko je cena goriva porasla“ ukazuju na svest o inflaciji i njenom uticaju.

5. *Uticaj na štednju i planove* – ako ljudi primete da im štednja manje vredi tokom vremena ili da moraju revidirati svoje finansijske planove zbog povećanja cena, to može biti rezultat inflacije. Na primer, penzioneri koji primete da njihova penzija manje pokriva troškove mogu to povezati s inflacijom.

Merenje inflacije se obično vrši pomoću *indeksa potrošačkih cena* (IPC), koji predstavlja meru koja prati promene cena različitih dobara i usluga koje potrošači obično kupuju.

Indeks potrošačkih cena predstavlja poseban oblik indeksa cena na malo, koji ima za cilj merenje prosečne promene cena u fiksnom setu robe i usluga koje domaćinstva koriste u svojoj ličnoj potrošnji. Ovaj indeks se obračunava i objavljuje od strane Republičkog zavoda za statistiku, što ga čini zvaničnim merilom inflacije u Srbiji.

Metodologija koju koristi Republički zavod za statistiku za obračun indeksa potrošačkih cena usaglašena je sa preporukama za obračun indeksa cena u zemljama Evropske unije. Važno je naglasiti da indeks potrošačkih cena obuhvata cenu korpe proizvoda i usluga koja odražava potrošnju prosečnog domaćinstva u zemlji. Potrošačka korpa, koja se koristi za merenje inflacije, sastoji se od preko šest stotina reprezentativnih proizvoda i usluga, a formira se na osnovu podataka o potrošnji domaćinstava koje pruža Republički zavod za statistiku. Svake godine, Republički zavod za statistiku utvrđuje listu proizvoda i usluga koje će ući u obračun inflacije za narednu godinu, a ova lista se redovno revidira kako bi se očuvala reprezentativnost u skladu sa strukturom potrošnje i navikama potrošača. Svakom proizvodu dodeljuje se ponder, a za izračunavanje pondera koriste se podaci nacionalnih računa, pre svega podaci o finalnoj monetarnoj potrošnji domaćinstava.

Ponderi pokazuju koliki udeo potrošnje domaćinstava u zemlji se odnosi na određenu grupu proizvoda ili usluga. Proizvodi koji se

često kupuju, poput hleba i mleka, imaju veći ponder, dok proizvodi koji se kupuju ređe, kao što su trajna potrošna dobra, imaju manji ponder. Ovo znači da će čak i manji postotni porast cena hleba ili mleka imati značajan uticaj na indeks potrošačkih cena u poređenju sa istim postotnim povećanjem cena trajnih potrošnih dobara,

Primer: Ukoliko se zamisli sledeća korpa dobara i usluga koje se često kupuju, zajedno s njihovim cenama i udelima u ukupnim troškovima:

- Hleb (20% ukupnih troškova) – cena: 1 novčana jedinica (NJ)
- Mleko (15% ukupnih troškova) – cena: 2 NJ
- Benzin (10% ukupnih troškova) – cena: 3 NJ
- Stanarina (30% ukupnih troškova) – cena: 500 NJ
- Internet (10% ukupnih troškova) – cena: 50 NJ
- Ostali troškovi (15% ukupnih troškova) – cena: 100 NJ

Sada je potrebno zamisliti da naredne godine cene porastu na sledeći način:

- Hleb: 1,10 NJ
- Mleko: 2,20 NJ
- Benzin: 3,50 NJ
- Stanarina: 520 NJ
- Internet: 55 NJ
- Ostali troškovi: 105 NJ

Kako bi se izračunao indeks potrošačkih cena, koristi se formula:

$$IPC = \frac{\text{Cena korpe dobara u posmatranom periodu}}{\text{Cena korpe dobara u baznom periodu}} * 100$$

U ovom primeru, izračunaćemo IPC za drugu godinu:

$$\text{IPC} = \frac{(1,10+2,20+3,50+520+55+105)}{(1+2+3+500+50+100)} * 100 \approx 105,92$$

To znači da su se cene potrošačke korpe povećale za oko 5,92% u odnosu na baznu godinu. Ovo povećanje indeksa ukazuje na inflaciju.

Pomoću indeksa potrošačkih cena (IPC) može se kvantifikovati ukupno povećanje cena u odnosu na neki osnovni period (baznu godinu), odnosno može se meriti inflacija i ustanoviti stopa inflacije.

Zaključuje se da se poređenjem vrednosti IPC-a tokom vremena, može doći do *stope inflacije*.

Inflaciona stopa

$$= \frac{\text{nivo cena (godina } t) - \text{nivo cena (godina } t - 1)}{\text{nivo cena (godina } t - 1)} * 100$$

Formula za izračunavanje stope inflacije je:

$$\pi = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} * 100$$

Izraz daje podatak o padu kupovne snage novca usled inflacije tj. pokazuje u % kolika je kupovna moć sume novca u trenutku t (usled rasta cena), u odnosu na period t-1.⁴⁵

Stopa inflacije se izračunava tako što se promena u IPC-a deli s baznom vrednošću IPC-a i množi sa 100. Na primer, ako je IPC u prvoj godini bio 100, a u drugoj godini poraste na 105,92 stopa inflacije za tu godinu iznosi:

$$\text{Stopa inflacije} = \frac{105,92 - 100}{100} * 100 = 5,92\%$$

⁴⁵ Veselinović, P. (2017). *Ekonomija*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 238.

Stopa inflacije je, dakle, procentualna promena opštih cena dobara i usluga tokom određenog vremenskog perioda. U suštini, IPC meri promene cena na osnovu fiksnog seta dobara i usluga i koristi se za merenje inflacije, a stopa inflacije je numerički izraz tog merenja koji ukazuje koliko su cene porasle tokom posmatranog perioda.

Godišnja stopa inflacije u Republici Srbiji je 15,1% (promena cena u decembru 2022. godine u odnosu na decembar 2021. godine, u procentima), a mesečna stopa inflacije je 0,5% (potrošačke cene u decembru 2022. godine u odnosu na novembar 2021. godine).⁴⁶

Tabela 2. Inflacija merena indeksima potrošačkih cena

Republika Srbija												
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Godišnja stopa *												
2022	8.2	8.8	9.1	9.6	10.4	11.9	12.8	13.2	14.0	15.0	15.1	15.1
2023	15.8	16.1	16.2	15.1	14.8	13.7	12,5	11,5	10,2	8,5	8,0	
Mesečna stopa *												
2022	0.8	1.1	0.8	1.5	1.2	1.6	1.0	1.2	1.5	1.9	1.0	0.5
2023	1.4	1.4	0.9	0.7	0.9	0.7	-0,1	0,4	0,3	0,3	0,5	

Izvor: Republički zavod za statistiku, Indeksi potrošačkih cena, jun 2023.⁴⁷

*Godišnja stopa inflacije – promena cena u tekućem mesecu u odnosu na isti mesec prethodne godine, u %.

*Mesečna stopa inflacije – promena cena u tekućem mesecu u odnosu na prethodni mesec, u %.

Situacija je znatno drugačija u zemljama evrozone, gde je inflacija, na primer, u junu 2023. godine iznosila 5,5 odsto.⁴⁸

Logično je da se postavi pitanje: „zašto postoji ovako velika razlika stope inflacije u Srbiji u odnosu na zemlje evrozone za isti period“, pri čemu predstavnici Narodne banke Srbije tvrde da je u velikom rastu inflacije najveći deo „uvezen“, odnosno da se visoki

⁴⁶ Republički zavod za statistiku. Statistički izveštaj, *Indeksi potrošačkih cena*, jun 2023.

⁴⁷ Podaci prikazani u tabeli odnose se na informacije koje su bile dostupne do trenutka kada je rukopis poslat na štampanje.

⁴⁸ Eurostat, Statistics Explained, *Inflation in the euro area*.

troškovni pritisci iz međunarodnog okruženja prenose u Srbiju, a na koje monetarna vlast ne može da utiče.

Zaoštravanje sukoba u Ukrajini može ponovo povećati cene energije i hrane i uticati na rast inflacije, pa stoga zahtevaju dalje pooštravanje monetarne politike. Po predstavljenoj projekciji, predstavnici monetarne politike očekuju smanjenje stope inflacije na ciljne granice do sredine 2024. godine kada veruju da će merama pooštravanja monetarnih uslova, slabljenjem efekata globalnih faktora koji su doveli do rasta cena energije i hrane u prethodnom periodu i usporavanjem uvozne inflacije uspeti da svoje projekcije i realizuju.⁴⁹

Inflacija se može javiti i evoluirati kao rezultat delovanja različitih faktora, uzroka i kao posledica kompleksnih ekonomskih interakcija. U zavisnosti od specifičnih faktora i dinamike u ekonomiji, često pojavljivani oblici inflacije su:

- *Uravnotežena (očekivana) inflacija* se dešava kada se ljudi naviknu na postojanje inflacije i uključuje je u svoja očekivanja i odluke. Ova inflacija podrazumeva godišnji rast od, na primer 10%, pri čemu promena cena nikog ne iznenađuje i niko nije preterano zabrinut. Sve se povećava za 10% (hrana, obuća, odeća, plate) itd. jednostavno rečeno, troškovi rastu za 10%, ali i dohodak za 10% raste i tako nema ni zarade, ni gubitka. Nasuprot njoj, neuravnotežena (*neočekivana*) *inflacija*, s druge strane, dolazi kao iznenađenje za ljude i može izazvati veće ekonomske poremećaje. Kao posledica neuravnotežene inflacije javlja se situacija kada se cene ne prilagođavaju inflacionim trendovima. Za bolje razumevanje ovakve pojave može se u razmatranje uzeti primer slučaja sa novcem i porezom. Novac kao gotovina donosi donosi nultu kamatnu stopu, i ako stopa inflacije poraste 10% na godinu dana, tada realna kamata na novac pada od 0 na -10% na godinu dana, pri čemu se novac obezvređuje. Kod poreza je drugačije, jer obveznici plaćaju više kako im dohodak raste.

⁴⁹ Narodna Banka Srbije (maj, 2023). *Izveštaj o inflaciji*.

Inflacija automatski povećava poreske stope i omogućava državi da ubere više poreza bez donošenja posebnog zakona.

- *Zahtevna inflacija*, dolazi od strane radnika i sindikata koji zahtevaju povećanje plata kako bi kompenzovali porast cena. Ovakva dinamika može dovesti do začaranog kruga gde više plate podstiču više trošenja i dalje podstiču inflaciju.
- *Troškovna inflacija*, proističe iz povećanja troškova proizvodnje, kao što su cene sirovina ili radne snage. Proizvođači prenose te povećane troškove na cene svojih proizvoda i usluga, što može pokrenuti opšti rast cena. Uzrok inflacije troškova nakon 1970-tih godina obično se vezuje za nagle i značajne promene cena nafte, hrane i deviznih kurseva. Kao primer tome može se navesti situacija sa nafto, pri čemu se sa nestašicom nafte na tržištu javlja rast cene nafte, što nadalje uslovljava nagli rast troškova proizvodnje
- *Monetarna inflacija*, koja nastaje zbog prekomernog povećanja količine novca u opticaju u odnosu na rast ekonomske aktivnosti. Prekomerna ponuda novca može dovesti do prevelikog trošenja i podsticanja tražnje, što podstiče inflaciju.
- *Otvorena inflacija* dolazi kao posledica povećanja cena uvoznih dobara i usluga. Ako vrednost domaće valute opada u odnosu na inostrane valute, to može dovesti do povećanja cena uvoza i podstaknuti opšti rast cena.
- *Bum inflacija*, može se javiti tokom brzog ekonomskog rasta i povećane potražnje, što može prouzrokovati prekomerno trošenje i rast cena i dr.

Svaki od ovih oblika inflacije može imati različite uzroke i posledice, ali svi utiču na kupovnu moć građana i opštu ekonomsku stabilnost.

Različiti ekonomski analitičari, centralne banke i ekonomske škole imaju različita mišljenja o načinima na koje mogu posmatrati stope inflacije. Često se u govoru može čuti termin *podnošljiva*

inflacija, koji se obično odnosi na umereni rast cena koji je dovoljno nizak da ne uzrokuje ozbiljne poremećaje u ekonomiji i normalnoj svakodnevnoj trgovini i obično se smatra da je to ona inflacija koja je u rasponu od oko 2% do 5% godišnje.

Umerena inflacija je takođe prihvatljiv rast cena, ali može biti nešto brža od podnošljive inflacije, pri čemu ovaj vid inflacije podrazumeva i dalje jednocifrene godišnje stope inflacije. U takvim situacijama ljudi smatraju da novac neće izgubiti drastično na svojoj vrednosti, pa ga je zato vredno i držati. U skladu sa verovanjem da će novčana sredstva zadržati svoju relativnu vrednost, poslovni ljudi sklapaju dugoročne ugovore u valuti za robu koju kupuju ili prodaju.⁵⁰

Dominantni predstavnik brze stope rasta cena je *galopirajuća inflacija* koja može ozbiljno narušiti poverenje u valutu i ekonomsku stabilnost i ovo je situacija kada stopa inflacije prelazi dvocifrene cifre godišnje, a nekada i trocifrene, pri čemu se može kretati u rasponu od 20, 100 ili 200%. *Hiperinflacija* se definiše kao ekstremno visoka stopa rasta cena, dovodi do rapidnog gubitka vrednosti novca. U takvim uslovima ljudi drže samo minimalnu količinu novca neophodnu za dnevne potrebe i transakcije. Tada domaće investicije nestaju jer poslovni ljudi svoj novac usmeravaju u strane investicije. Ovo je najnepovoljniji oblik inflacije i može dostići neslućene stope.

Jugoslavija se borila sa inflacijom od 1991–1994. godine, a najviši nivo inflacije je postignut u januaru 1994, uoči rekonstrukcije monetarnog sistema, kada su cene rasle po stopi od više nego 60 procenata dnevno. Proglašena hiperinflacija za period jul–decembar 1993. prouzrokovala je mnoge problema a najizazovnije je bilo osiromašenje velikog dela stanovništva.⁵¹

Centralne banke i ekonomske vlasti obično pokušavaju održavati stabilnu inflaciju unutar prihvatljivih granica kako bi se podržao održiv ekonomski rast i stabilnost.

⁵⁰ Rosić, I., Veselinović, P. (2006). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 198–199.

⁵¹ Avramović, A. (1994). *Rekonstrukcija monetarnog sistema Jugoslavije i pobjeda nad inflacijom*. Beograd: ECPD Univerziteta za mir Ujedinjenih Nacija, str. 13–14.

U suštini, inflacija može imati duboke i široke posledice koje prevazilaze ekonomske faktore, utičući na društvenu stabilnost i moralni okvir zajednice. Zbog toga su politike koje ciljaju na održavanje stabilne inflacije često ključne za podršku ekonomskom blagostanju i društvenoj harmoniji.

Visoka inflacija predstavlja širok i kompleksan ekonomski izazov koji zahteva pažljivo planiranje i strukturalni pristup u razvoju privrede. Efikasno rešenje ovog problema zahteva uspostavljanje odgovarajućeg sistema kontrole nad ekonomskim faktorima.

Jedan od ključnih instrumenata za suzbijanje inflacije je striktna kontrola Centralne banke nad ponudom novca. Država ima na raspolaganju širok spektar mera monetarne i fiskalne politike, čiji je osnovni cilj regulisanje ukupne količine novca u opticaju, usmeravanje javne potrošnje i postizanje održive ravnoteže, te dugoročna stabilizacija ekonomskog sistema.

Političke odluke o kamatnim stopama igraju ključnu ulogu u uticaju na inflaciju. Na primer, povećanje kamatnih stopa može rezultirati smanjenjem inflacije, dok njihovo smanjenje može podstaći rast inflacije. Ova dinamika proizilazi iz uticaja kamatnih stopa na troškove zaduživanja i štednje, što dalje utiče na ukupnu potrošnju i investicije u privredi.

Povećanje kamatnih stopa ima tendenciju da poskupi zaduživanje, smanjujući tako potrošnju i investicije. Ovo može dovesti do opadanja tražnje za proizvodima i uslugama, smanjujući pritisak na cene i suzbijajući inflaciju. S druge strane, smanjenje kamatnih stopa podstiče jeftinije zaduživanje, podstičući potrošnju i investicije, ali takođe može dovesti do povećanja inflacije ako tražnja premaši kapacitete proizvodnje.

Stoga, precizno upravljanje kamatnim stopama predstavlja ključni alat u arsenalu ekonomske politike, omogućavajući državi da prilagodi nivo inflacije u skladu sa ciljevima ekonomske stabilnosti. Važno je naglasiti da je neophodno usklađivanje monetarne politike sa drugim instrumentima, poput fiskalnih mera i strukturalnih reformi, kako bi se postigao sveobuhvatan i održiv rezultat.

3.2.2. Nezaposlenost

Nezaposlenost se odnosi na situaciju kada osoba koja je radno sposobna i spremna za rad nije zaposlena i aktivno traži posao. To je ekonomska i socijalna pojava koja se meri i izražava na različite načine kako bi se analizirala i pratila. Nezaposlenost može imati ozbiljne posledice na pojedince, porodice i društvo u celini.

Nezaposlenost se može pratiti putem statistike i istraživanja koja sprovode državne agencije za zapošljavanje i druge relevantne institucije. Osim stopa nezaposlenosti, često se analizira i prosečno vreme koje osobe provode u potrazi za poslom, struktura nezaposlenosti prema dobi, polu, obrazovanju i drugim faktorima, kao i njihove socijalne i ekonomske posledice.

Stopa nezaposlenosti može se izračunati pomoću obrasca:

$$\text{Stopa nezaposlenosti} = \frac{\text{broj nezaposlenih}}{\text{radno sposobna populacija}} * 100$$

Stopa nezaposlenosti predstavlja udeo nezaposlenih u kontingentu radne snage (radno sposobne populacije), tj. aktivnog stanovništva (zaposleni+nezaposleni).⁵²

U tabeli 3. daje se prikaz stopa zaposlenosti/nezaposlenosti aktivnog stanovništava i njihovo kretanje kroz vreme.

Tabela 3. Stope zaposlenosti/nezaposlenosti, populacija uzrasta od 15 i više godina, 2016–2021. (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Stopa zaposlenosti	43,6	44,4	45,5	47,7	47,6	50,0	49,6
Stopa nezaposlenosti	14,0	15,8	13,9	10,4	10,7	9,8	10,1

Izvor: RZS, podaci prikupljeni na osnovu podataka iz kvartalalnih anketa o radnoj snazi

⁵² Republički zavod za statistiku, *Anketa o radnoj snazi*, Kretanja na tržištu rada po godišnjim izveštajima.

Republika Srbija aktivno teži punopravnom članstvu u Evropskoj uniji i zbog toga se često vrši upoređivanje podataka o ekonomskim performansama i društvenim pokazateljima sa članicama EU. U 2021. godini, stopa nezaposlenosti u EU iznosila je 7,1%, što je značajno niže u poređenju sa prosečnom stopom nezaposlenosti od 9,0% u periodu od 2011. do 2021. godine.⁵³ Ovi podaci ukazuju na to da je EU ostvarila napredak u smanjenju stope nezaposlenosti tokom protekle decenije.

S druge strane, Republika Srbija se suočava sa izazovima u smanjenju stope nezaposlenosti kako bi se uskladila sa standardima EU, pri čemu je očigledno da se politike zapošljavanja u Srbiji moraju dodatno usavršavati kako bi se postigao usklađeni napredak sa EU.

Nezaposlenost se može manifestovati na različite načine, kako na individualnoj tako i na društvenoj osnovi. Nezaposlene osobe obično nemaju redovne prihode od rada, što dovodi do teškoća u realizovanju osnovnih životnih potreba. Osećaj niskog samopouzdanja, anksioznosti, depresije i osećaj beskorisnosti često su povezani s nezaposlenošću, zbog čega se takva lica mogu osećati odbačenim od društva i prijatelja. Ukratko, nezaposlenost dovodi do smanjenja kvaliteta života kako pojedinca tako i društva, uz povećanje društvene nejednakosti i stope kriminaliteta. Visoke stope nezaposlenosti negativno utiču i na privredu jer se smanjuje potrošnja, povećavaju socijalni troškovi (npr. naknade za nezaposlenost i druga socijalna davanja) i smanjuje produktivnost. Sve ovo zajedno čini nezaposlenost ključnim izazovom za društva širom sveta.

Treba istaći da mnogi teoretičari i analitičari od davnina proučavaju problem nezaposlenosti, a odavno je poznato da, bez obzira na to da li je trajna ili povremena, i bez obzira na to da li se pogoršava ili ne, nezaposlenost oduvek predstavlja izazov i teškoću.⁵⁴

I do današnjih dana pitanje kako smanjiti nezaposlenost i stvoriti uslove za punu zaposlenost je aktivno. Rešavanje problema

⁵³ Eurostat, statistics-explained, Zemlje proširenja – statistika tržišta rada.

⁵⁴ Šumpeter, J. (1960). *Kapitalizam, socijalizam i demokratija*. Beograd: Kultura, str. 111.

nezaposlenosti zahteva istovremeno delovanje u dva pravca: pritisak na nezaposlene da aktivno traže posao i stvaranje mogućnosti za zaposlenje putem aktivnih mera na tržištu rada. To konkretno podrazumeva: a) osposobljavanje nezaposlenih za rad u novim, progresivnim granama putem prekvalifikacije i obuke, i b) državno stvaranje nove tražnje za radnom snagom, podsticanjem zapošljavanja u malim preduzećima, sprovođenjem javnih radova, itd.

Ključna zaštita od trajne masovne nezaposlenosti jeste postizanje privrednog rasta. Pravo rešenje problema nezaposlenosti leži u podsticanju privrednog rasta, fokusirajući se ne samo na socijalnu dimenziju nezaposlenih radnika, već prvenstveno na stvaranje tržišnog ambijenta koji će pokrenuti investicione cikluse i povećati produktivnost rada. Dakle, cilj treba biti razvoj privrede, a privredni rast će otvoriti mogućnosti za stvaranje novih radnih mesta.

Može se zaključiti da rešavanje problema nezaposlenosti zahteva koordinirane napore vlasti, poslodavaca, obrazovnih institucija i civilnog društva kako bi se osiguralo održivo zapošljavanje i ekonomska stabilnost.

Povećanjem javnih ulaganja i smanjenjem kamatnih stopa najčešće se podstiče potražnja, zatim investiranjem u obrazovanje i obuku mogu se poboljšati veštine i kvalifikacije koje mogu pomoći osobama da se lakše prilagode promenama na tržištu rada i pronađu odgovarajuće poslove, a isto tako pozitivno utiču na razvoj preduzetništva i otvaranje novih radnih mesta.

Vlade i centralne banke koriste fiskalnu i monetarnu politiku, kao i dodatne pristupe i strategije kako bi postakle ekonomsku aktivnost, omogućile stvaranje održivih radnih prilika i smanjenjile nezaposlenost.

3.2.3. Niska produktivnost

Krajnji cilj privredne aktivnosti je usmeren na poboljšanje životnog standarda stanovništva, a postizanje ovog cilja je usko povezano sa rastom produktivnosti.

Povećanje produktivnosti je cilj kako na mikroekonomskom nivou (pojedinačni radnici i preduzeća) tako i na makroekonomskom nivou (ekonomija u celini), a zavisi od niza faktora. U vezi sa tim do povećanja produktivnosti može doći uvođenjem novih tehnologija i inovacija jer se omogućavaju brži, efikasniji i precizniji radni procesi, zatim obrazovanjem i obukom, efikasnim upravljanjem i na mnoge druge načine.

Povećanjem produktivnosti se ostvaruju brojni pozitivni efekti na ekonomiju i društvo. Rast produktivnosti obično dovodi do bržeg ekonomskog rasta i povećanja BDP-a, jer se više dobara i usluga proizvodi sa manje resursa. Povećanje produktivnosti omogućava veće plate i bolje uslove rada za radnike, što može rezultirati povećanjem prilika za zaposlenje, bolje prihode, bolji životni standard, a samim tim i smanjenja siromaštva. Takođe, kao mogući načini smanjenja inflacije, održavanja ravnoteže između potražnje i ponude, obezbeđenja stabilnosti cena se može naći u povećanju produktivnosti.

Distribucija povećane produktivnosti odnosi se na način na koji se ekonomske koristi nastale povećanom produktivnošću dele među različitim akterima u privredi. To uključuje radnike, poslodavce, državu i društvo u celini. Distribucija se može postići kroz različite mehanizme, političke odluke i društvene norme, podrazumevajući pri tom povećanje plata za radnike, ulaganja u razvoj i obuku radne snage, poreske politike koje podstiču ulaganja, socijalne programe itd. Distribucija produktivnosti takođe može biti izazov jer nepravedna raspodela može dovesti do povećanja nejednakosti i društvenih tenzija. Stoga je važno obezbediti ravnotežu između stimulisanja produktivnosti i pravedne raspodele ekonomskih koristi.

Sa druge strane, niska produktivnost se odnosi na relativno nizak nivo proizvodnje ili usluga koje radnik, firma, sektor ili čak cela

privreda može da generiše u datom vremenskom periodu sa datim resursima. Smanjenje produktivnosti može biti podstaknuto različitim faktorima, uključujući nedostatak resursa, upotrebu zastarelih tehnologija i procesa, nedostatak odgovarajuće obrazovanje i obuke, nepovoljne radne uslove, kao i disproporcije između potražnje i ponude.

Kada produktivnost stagnira, to obično izaziva negativne efekte koji se ogledaju u ograničavanju rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP), usporavanju ekonomskog razvoja, nedostatku poboljšanja životnog standarda, nestabilnosti i manje potrebe za radnom snagom. Takođe, u situacijama smanjenje produktivnosti, ukoliko se tražnja za dobrima i uslugama ne smanji podjednako kao što se smanjila produktivnost, aktivira se inflacija, jer će cene rasti bez odgovarajućeg povećanja u stvarnoj vrednosti proizvodnje.

Važno je napomenuti da produktivnost nije statična i može se menjati tokom vremena u zavisnosti od dinamike privrede i promena u okruženju. Efikasno upravljanje, kontinuirano ulaganje u obrazovanje i tehnologiju i održavanje stimulativnog radnog okruženja ključni su faktori za održavanje i povećanje produktivnosti.

U najnovijem redovnom ekonomskom izveštaju Svetske banke za region Zapadnog Balkana istaknuto je da su u Srbiji, izgledi za ekonomski rast većinom pozitivni, ali istovremeno postoje i neki rizici koji bi mogli uticati na taj rast. Prognozira se da će privredni rast ostati stabilan i kretati se oko 3% godišnje u srednjem roku.⁵⁵ Ovaj rast će uglavnom biti vođen rastom potrošnje i investicija.

Potrošnja će imati značajan doprinos u rastu bruto domaćeg proizvoda (BDP-a), s očekivanim prosečnim prinosom od 2,2 procentna poena godišnje u periodu od 2023. do 2025. godine. Očekuje se da će potrošači trošiti više, što će doprineti povećanju BDP-a. S druge strane, investicije će takođe imati umereni doprinos rastu, s očekivanim prosečnim prinosom od 0,7 procentnih poena godišnje. To ukazuje na postupno jačanje investicijske aktivnosti u ekonomiji. Međutim, postoje i neki rizici koji bi mogli uticati na ovu pozitivnu

⁵⁵ World Bank Group (2023). *Redovni ekonomski izveštaj za Zapadni Balkan, testiranje otpornosti*. Srbija, str. 4, 5.

sliku. Prvi značajan rizik je povećanje inflacije, naročito ako dođe do promena cena hrane i energenata na svetskom tržištu. To bi moglo smanjiti raspoloživi prihod domaćinstava, usporiti potrošnju i imati negativan efekat na privredni rast. Takođe, viša inflacija bi mogla povećati i troškove zaduživanja i finansiranja.

Drugi značajan rizik tiče se ekonomskih izgleda u Evropskoj uniji i performansi glavnih trgovinskih partnera Srbije. Budući da je značajan deo izvoza Srbije usmeren prema EU i Zapadnom Balkanu, ekonomija je zavisna od kretanja i oporavka u ovim regionima. Promene u ekonomskim uslovima na pomenutim tržištima mogu imati direktni uticaj na izvoznu aktivnost i privredni rast u Srbiji.

U cilju ostvarivanja još bržeg rasta, postoji potreba za sprovođenjem strukturnih reformi koje će povećati potencijalnu ekonomsku aktivnost. Ovo uključuje investiranje u ljudski kapital putem unapređenja obrazovanja i većeg učešća radne snage, podsticanje produktivnosti, naročito kroz privlačenje kvalitetnih stranih direktnih investicija, i poboljšanje poslovnog okruženja. Sve ovo može doprineti dugoročnom stabilnom rastu ekonomije.

3.2.4. Visoke kamatne stope

Kamatna stopa predstavlja procenat koji zajmoprimci plaćaju kao naknadu zajmodavcima za korišćenje pozajmljenih sredstava. Ova stopa ima dubok uticaj na ekonomiju i ponašanje različitih ekonomskih aktera.

Kada kamatne stope rastu, to često rezultira destimulacijom zaduživanja, jer viša stopa povećava ukupne troškove zaduživanja. To znači da pojedinci i preduzeća moraju da plate više novca u kamati kada vraćaju pozajmljena sredstva. Ovo posebno može uticati na one koji razmišljaju o velikim investicijama kao što je kupovina nekretnina. Na primer, za one koji planiraju kupovinu kuće, više kamatne stope mogu značiti znatno veće ukupne troškove tokom vremena. Shodno tome, više kamatne stope mogu ograničiti potrošnju i investicije, što može usporiti privredni rast.

Nasuprot tome, niske kamatne stope često podstiču zaduživanje i potrošnju. Kada su kamatne stope niske, troškovi pozajmljivanja su niži, što olakšava finansiranje kupovine kuća, automobila ili druge robe. Takođe, niske kamate podstiču kompanije da se zadužuju za ulaganja u širenje poslovanja i razvoj novih projekata. Ovo može doprineti povećanju ekonomske aktivnosti i rasta.

Važno je napomenuti da odluke o kamatnim stopama obično donose centralne banke ili druga regulatorna tela. Centralne banke koriste kamatne stope kao instrument monetarne politike za uticaj na ekonomske uslove. Njihove odluke da povećaju ili smanje kamatne stope mogu imati dubok i širok uticaj na privredu, finansijska tržišta i ponašanje privrednih aktera.

3.2.5. Državni budžet

Državni budžet igra važnu ulogu u finansijskom upravljanju zemljom. To je osnovni instrument kojim država prikuplja sredstva od stanovništva i privrede za finansiranje svojih javnih funkcija i projekata. Prikupljanje prihoda i finansiranje budžetskih rashoda treba da bude odgovorno, efikasno i u skladu sa ciljevima ekonomske politike društva.

Budžetski prihodi dolaze iz različitih izvora, kao što su porezi, naknade i doprinosi, kao i kroz zaduživanje. Ovi prihodi se koriste za pokrivanje rashoda koji su raspoređeni u skladu sa prioritetima vlade i državne politike. Od ključne je važnosti da obim i struktura budžetskih prihoda i rashoda budu uravnoteženi kako bi se održala finansijska disciplina, postigli ciljevi vlade i obezbedilo efikasno pružanje usluga.

Budžetska procedura je ključna za upravljanje budžetom i obuhvata četiri osnovne faze:⁵⁶

⁵⁶ Stakić, B., Jezdimirović, M. (2020). *Javne finansije*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 87.

1. Izrada budžeta je faza koja počinje budžetskom inicijativom i uključuje planiranje prihoda i rashoda, a time i izradu predloga budžeta. Obično se poverava nadležnom organu za budžet, često ministarstvu finansija.
2. Donošenje budžeta je faza koja sledi nakon izrade jer se budžet mora usvojiti u parlamentu (skupštini). To je važan korak jer budžet postaje zakon i odobrava se većinom glasova poslanika, uz mogućnost amandmana.
3. Izvršavanje budžeta počinje nakon usvajanja budžeta. Uključuje uplatu prihoda i isplatu iz budžeta, s obavezom da se ne isplati više nego što je uplaćeno.
4. Kontrola budžeta sledi na kraju budžetske godine, pri čemu se izrađuje završni račun budžeta. Ministarstvo finansija priprema nacrt zakona o završnom računu budžeta, koji se razmatra i usvaja u skupštini. U Republici Srbiji, Budžetska inspekcija i Državna revizorska institucija vrše kontrolu upotrebe budžetskih sredstava i poslovanje korisnika sredstava budžeta.

Ako tokom godine dođe do značajnih odstupanja od planiranih prihoda i rashoda, vrši se rebalans budžeta, kako bi se prilagodio novonastalim okolnostima.

Takođe, u slučajevima kada nije moguće doneti zakon o budžetu, vlada može doneti akt o privremenom finansiranju za određeni period, obično tri meseca, s mogućnošću produženja za još tri meseca. Ovi iznosi se kasnije uključuju u konačni budžet. Ova procedura osigurava transparentnost, odgovornost i efikasnost u upravljanju budžetom, a ključni organi i inspekcije prate postupak sprovođenja kako bi osigurali zakonito i svrsishodno korišćenje javnih sredstava.

Budžet može biti različitih vrsta, u zavisnosti od različitih karakteristika i ciljeva. Najčešće u razmatranja se uzima budžetski deficit, budžetski suficit i uravnoteženi budžet o kojima sledi bliže pojašnjenje.

Budžetski deficit nastaje kada država beleži negativnu razliku između svojih izdataka i prihoda, odnosno kada potrošnja premašuje prihode koje država prikuplja. Ova razlika se može pokriti povećanjem poreza ili zaduživanjem, što ima svoju cenu i moraće da se plati u budućnosti. Ovaj račun se može platiti smanjenjem budžetske potrošnje u budućnosti kako bi se nadoknadio deficit ili povećanjem poreza kako bi se prikupila dodatna sredstva, neretko opterećujući na ovaj način buduće generacije. U suštini, iako budžetski deficit može da pruži trenutne koristi, može imati ozbiljne dugoročne posledice po privredu i građane, stvarajući izazove za ekonomski učinak i stabilnost zemlje u budućnosti.

Uravnoteženi budžet znači da ukupni prihodi države, koje prikuplja putem poreza, taksi, doprinosa i drugih izvora, jednaki su ukupnim rashodima i troškovima koje država planira da ima u određenom periodu (najčešće godini). U ovakvoj situaciji, država troši samo onoliko prihoda koliko i prikupi, čime održava ravnotežu između svojih finansijskih tokova. Uravnotežen budžet omogućava državi da se pridržava principa fiskalne discipline i da izbegne nagomilavanje dugova. Međutim, u periodima kada privreda doživljava recesiju ili krizu, uravnotežen budžet može ograničiti fleksibilnost vlade da poveća javnu potrošnju kako bi stimulisao ekonomski rast.

U praksi, većina zemalja često ima neki budžetski deficit ili suficit većinu vremena, dok se fiskalna politika često prilagođava ekonomskim uslovima i vladinim ciljevima.

Suficitaran budžet označava situaciju u kojoj država prikupi više prihoda nego što troši. Drugim rečima, suficitaran budžet znači da je više novca ostvareno iz poreza, taksi, doprinosa i drugih izvora prihoda u odnosu na iznos novca koji je potrošen. Ovaj višak prihoda može se koristiti na različite načine, kao što su smanjenje duga, ulaganje u infrastrukturu, povećanje rezervi ili finansiranje posebnih projekata. Suficit budžeta može omogućiti državi da akumulira rezerve za buduće potrebe ili da smanji postojeći dug. Takođe, može pružiti veću finansijsku sigurnost u slučaju neočekivanih događaja. Međutim, previsok suficit može ukazivati na to da država prikuplja

previše novca od građana i privrede, što dugoročno može smanjiti potrošnju i investicije i usporiti privredni rast.

Odluka o tome da li će se postići uravnotežen ili suficit budžeta zavisi od konkretnih ciljeva i okolnosti zemlje u datom trenutku. Važno je pronaći balans između održavanja fiskalne discipline i obezbeđivanja neophodnih resursa za ekonomski rast i razvoj.

U Redovnom ekonomskom izveštaju Svetske banke za Zapadni Balkan navodi se da su u Srbiji ostvareni dobri rezultati kada je u pitanju državni budžet. Naime, u 2022. godini, postignut je značajan napredak u smanjenju budžetskog (fiskalnog) deficita na 3,1% BDP-a. Ovo postignuće je rezultat uspešne naplate javnih prihoda i kontrolisanja javne potrošnje, što je dovelo do većeg smanjenja fiskalnog deficita u poređenju sa planiranim 4,1% BDP-a u 2021. godini.⁵⁷

Ukupni javni prihodi su se povećali za nominalnih 13,4%, pri čemu je značajan deo tog rasta rezultat poboljšane naplate poreza na dodatu vrednost (PDV) i doprinosa za obavezno socijalno osiguranje. Povećanje prihoda od PDV-a je posledica visoke inflacije i rasta uvoza, dok su doprinosi porasli zbog sve većeg broja formalno zaposlenih i rasta zarada. Osim toga, ostvareni su solidni rezultati i u naplati poreza na dohodak fizičkih i dobit pravnih lica, pri čemu su prihodi od poreza na dobit porasli za impresivnih 31,2%.

Ukupni rashodi države su povećani u nešto umerenijem tempu, pri čemu je veći deo povećanja bio usmeren na kreditiranje kapitalnih transfera budžeta (koji su porasli za znatnih 299,2%), kapitalnu potrošnju (rast od 8,9%) i transfera za socijalna davanja (povećanje od 9,3%). Nasuprot tome, rashodi za subvencije su značajno smanjeni za 22,2%, jer je država postepeno povlačila mere fiskalne podrške koje su bile uvedene tokom pandemije koronavirusa.

Ovakva kombinacija povećanja prihoda i kontrolisane potrošnje omogućila je ostvarenje značajnog napretka u smanjenju fiskalnog

⁵⁷ World Bank Group (2023). *Redovni ekonomski izveštaj za Zapadni Balkan, testiranje otpornosti*. Srbija, str. 4.

deficita, a istovremeno je omogućila prilagodljivost i pružila prostor za postupno ukidanje fiskalnih mera podrške usled postepenog oporavka od pandemije.

3.2.6. Deficit trgovinskog i platnog bilansa

Slično budžetskom deficitu, i deficit u trgovinskom bilansu ima posledice koje će građani morati da trpe u budućnosti. Ovaj deficit nastaje kada zemlja uvozi više robe nego što izvozi, što rezultira većom količinom novca koja izlazi iz zemlje nego što ulazi u nju. Ova razlika između uvoza i izvoza stvara inostrane obaveze, koje će se u budućnosti plaćati različitim sredstvima.

Deficit u trgovinskom bilansu može se objasniti najjednostavnije ukoliko se izvrši analogija sa ličnim finansijama. Na primer, ukoliko neka osoba troši više novca nego što zarađuje, stalno koristeći kreditne kartice da pokrije razliku, ona akumulira dug po kreditnoj kartici kako troškovi rastu. Iako ovo omogućava trenutnu potrošnju, dug se mora platiti u budućnosti, a to može dovesti do ograničenja potrošnje ili smanjenja raspoloživih sredstava.

Slično tome, kada zemlja ima trgovinski deficit, ona mora da koristi strane resurse (kao što su zajmovi ili pozajmice) da pokrije razliku između uvoza i izvoza. Ovi krediti se moraju vraćati u budućnosti, što znači da će građani morati da plaćaju ovu prethodnu potrošnju. To može dovesti do povećanja cena uvezene robe ili čak do smanjenja ukupnih prihoda građana radi ispunjavanja obaveza prema inostranstvu.

Primer: Ukoliko zemlja koja uvozi velike količine elektronike, automobila i druge robe ima potrošnju i uvoz veći nego što izvoz može da pokrije. Da bi finansirala ovu razliku, zemlja uzima kredite od stranih partnera. Ovo omogućava građanima da uživaju u visokom životnom standardu i pristupu savremenim tehnologijama. Međutim, dug će morati da se otplaćuje ubuduće, što može rezultirati povećanjem cene uvezene robe ili smanjenjem prihoda građana da bi izmirili obaveze.

Ako država više troši nego što zarađuje iz međunarodnih transakcija i ako uvozi više nego što izvozi, doći će do deficita u trgovinskom bilansu. Ovaj deficit trgovinskog bilansa može biti deo ukupnog deficita tekućeg računa, ali treba imati u vidu da deficit tekućeg računa takođe obuhvata i druge komponente kao što su dohodci iz inostranstva i transferna plaćanja.

U poslednjem ekonomskom izveštaju Svetske banke za Zapadni Balkan, rečeno je da je Srbija imala nešto veći deficit tekućeg računa i iznosi 6,9% BDP-a,⁵⁸ što je upravo broj koji pokazuje koliko je novca više potrošeno nego što je zarađeno. Razlog za ovaj deficit bio je povećan uvoz energije tokom prvog dela godine. Cene energije, metala i drugih sirovina su znatno porasle, što je uticalo na veći iznos novca koji je potrošen na uvoz energije. Zbog ovog većeg troška za uvoz energije, trgovinski deficit se povećao. Takođe, deficit primarnog dohotka se povećao jer je više novca izašlo iz zemlje u vidu isplate dividendi i reinvestiranja prihoda nego što je došlo. Ipak, iako je deficit bio veći, važno je napomenuti da su strane investicije u Srbiji porasle. To su novčani prilivi koji dolaze iz drugih zemalja i ulažu se u različite sektore, kao što je prerađivačka industrija. Ovi investitori donose novac i tehnologiju, što pomaže ekonomiji zemlje. Tako je zemlja uspela da održi ravnotežu na svom tekućem računu.

Na kraju, spoljni dug Srbije je ostao stabilan, što znači da je nivo dugova zemlje ostao isti u odnosu na prethodne periode. U septembru 2022. godine, spoljni dug je iznosio 68,5% BDP-a, što je pokazatelj finansijske situacije zemlje u odnosu na njen ukupan ekonomski kapacitet.

4. GLOBALNA EKONOMIJA

Globalna ekonomija je posebno važan koncept u današnjem svetu. Ona se odnosi na sve ekonomske aktivnosti koje se dešavaju širom sveta, bez obzira na državne granice. U prošlosti istraživači i zainteresovani pojedinci su se više fokusirali na ekonomiju svake

⁵⁸ Ibid, str. 3.

zemlje posebno, ali danas je evidentna međusobna povezanost ekonomija na globalnom nivou.

Zahvaljujući razvoju ekonomskih unija (kao što je slučaj Evropske unije) i trgovinskih sporazuma, trgovina i poslovanje prelaze granice i postaju globalni. Ovo donosi i izazove i prednosti. Globalna ekonomija je naučna disciplina koja se bavi proučavanjem kako različite zemlje i kompanije sarađuju i zavise jedna od druge, odnosno istražuje kako postići održiv ekonomski rast širom sveta, uz efikasno korišćenje resursa.

Važno je shvatiti da ekonomske odluke i dešavanja širom sveta mogu uticati na svakog pojedinca, kompaniju i državu. Zbog toga je važno razumeti kako globalna ekonomija funkcioniše i kako se nositi s njenim izazovima u cilju boljeg razumevanja sveta oko nas.

4.1. Karakteristike globalne ekonomije

Današnja ekonomija ima posebne karakteristike koje je čine globalnom i povezanom širom sveta. Države i kompanije više nisu izolovane, već postaju međusobno zavisne na globalnom nivou, što stvara novi svet ekonomskih odnosa. Ovo se primećuje i na lokalnom nivou. Potrošači sada mogu da kupe različite proizvode i koriste usluge kompanija iz drugih zemalja, što menja tradicionalno lokalno tržište. Lokalna preduzeća se suočavaju s konkurencijom iz inostranstva na svom terenu, zbog čega se moraju boriti za pažnju lokalnih potrošača koji su sve više nezavisni u svojim izborima. Sve veći tokovi dobara i novca prelaze nacionalne granice, uz sve bliže veze između država u trgovini, finansijama, tehnologiji, politici i drugim oblastima.

Ovaj proces oblikuje globalnu ekonomiju, stvarajući svetsku privredu u kojoj se svi ti akteri povezuju. Jedan od ključnih faktora oblikovanja globalne ekonomije je smanjenje trgovinskih barijera između država. Ovo otvara vrata za razmenu dobara i usluga na globalnom nivou, omogućavajući održiv razvoj uz očuvanje resursa i životne sredine.

4.2. Osnovne komponente globalne ekonomije

Globalna ekonomija se može posmatrati kao harmoničan skup dva ključna stuba koji zajedno čine temelj i podržavaju strukturu globalnog ekonomskog sistema.

Prvi stub je *internacionalna trgovina*, koja se odnosi na razmenu dobara i usluga između različitih zemalja širom sveta.

Drugi stub su *internacionalne finansije*, koje predstavljaju globalni sistem novca i investicija, koji povezuje svetske ekonomske igrače, od vlada do kompanija i investitora, dok novac i kapital putuju kroz globalni sistem.

Najvažnije komponente globalne ekonomije omogućavaju povezanost između država, omogućavajući protok robe, usluga, kapitala i informacija širom sveta. Međusobna povezanost ova dva stuba čini osnovu dinamike globalne ekonomske aktivnosti, koju usmeravaju međunarodne institucije kao što je Svetska trgovinska organizacija i Međunarodni monetarni fond. Ove institucije deluju kao vođe koje održavaju ravnotežu i podržavaju celokupnu strukturu globalne ekonomije.

4.2.1. Internacionalna trgovina

Internacionalna trgovina predstavlja razmenu dobara, usluga i resursa između različitih zemalja širom sveta. To je osnovni koncept globalne ekonomske interakcije i ima ulogu u oblikovanju nacionalnih ekonomija, zemalja u razvoju i stvaranju međunarodnih odnosa.

Internacionalna trgovina se bavi različitim aspektima, uključujući:

- *Izvoz i uvoz* – pri čemu zemlje izvoze (prodaju) svoje proizvode i usluge u druge zemlje kako bi ostvarile prihod i poboljšale svoju ekonomsku situaciju. Takođe uvoze (kupuju) proizvode i usluge koje ne proizvode ili su im potrebne da bi zadovoljili potrebe svojih građana i industrije.

- *Trgovinski bilans* – kojim se određuje odnos između izvoza i uvoza jedne zemlje. Pozitivan trgovinski bilans znači da zemlja više izvozi nego što uvozi, dok negativan trgovinski bilans ukazuje na suprotnu situaciju.
- *Tarife i carine* – su ključni instrumenti trgovinskog intervencionizma i igraju izuzetno važnu ulogu. Zemlje često primenjuju carine (poreze na uvoz) i tarife (poreze na uvoz) kako bi regulisale trgovinu i zaštitile domaću industriju od strane konkurencije.
- *Trgovinski sporazumi* – predstavljaju determinante uslova razmene. Zemlje mogu sklopiti bilateralne ili multilateralne trgovinske sporazume kako bi olakšale trgovinu, smanjile tarife i uvele standarde za zaštitu intelektualne svojine i radnih prava.
- *Slobodna trgovina* – je koncept slobodne trgovine koji zagovara smanjenje trgovinskih barijera i ograničenja kako bi se omogućila veća sloboda u kretanju roba i usluga između zemalja.⁵⁹

Proučavanje internacionalne trgovine obuhvata različite aspekte, uključujući ekonomske, političke, pravne i društvene faktore koji utiču na trgovinu između zemalja. Ova oblast istraživanja analizira uticaj trgovine na ekonomske performanse, razvoj zemalja, raspodelu resursa, međunarodne odnose, kao i strategije i politike koje zemlje sprovode kako bi unapredile svoju poziciju na globalnom tržištu.

4.2.2. *Internationalne finansije*

Internationalne finansije se odnose na finansijske aktivnosti i interakcije koje se odvijaju između različitih zemalja i njihovih ekonomija. Ovo područje istražuje kako se kapital, novac, investicije i druge finansijske transakcije prenose i utiču na globalno ekonomsko okruženje. Predmet izučavanja internacionalnih finansija obuhvata različite aspekte, uključujući:

⁵⁹ Gilpin R. (2001). *The Political Economy of International Relations*. Princeton: Princeton University Press, pp. 199.

1. *Međunarodna tržišta kapitala*, predstavljaju važan segment izučavanja u oblasti internacionalnih finansija, pri čemu se proučava kako se investicije i kapital prenose između zemalja putem različitih instrumenata, kao što su akcije, obveznice, devize i drugi finansijski proizvodi. Ispituju se faktori koji utiču na tok kapitala, kao što su kamatne stope, valutni kursevi, rizik i doprinosi ulaganja.
2. *Devizno tržište* je gde se trguje valutama različitih zemalja. Internacionalne finansije proučavaju dinamiku deviznog tržišta, kako se formiraju valutni kursevi i kako valutne fluktuacije utiču na međunarodnu trgovinu, investicije i ekonomske performanse.
3. *Međunarodna investiciona politika*, istražuje politiku i pravila koja se primenjuju na strane investicije i kako one utiču na ekonomske tokove i interese različitih zemalja. Takođe se analizira zaštita prava vlasništva, transfer tehnologije i regulacije stranih investicija.
4. *Međunarodna finansijska institucionalna arhitektura, kao predmet proučavanja* je veoma važan za internacionalne finansije jer proučavaju kako su organizovane i kako funkcionišu međunarodne finansijske institucije kao što su Međunarodni monetarni fond (MMF), Svetska banka i druge organizacije koje se bave stabilnošću i razvojem svetske ekonomije.
5. *Rizici i izazovi* se istražuju jer očekivano proizilaze iz međunarodnih finansijskih interakcija. Valutni rizik, politički rizik, rizik plaćanja, kao i načini zaštite od ovih rizika radi održavanja stabilnosti i izbegavanja kriza su veoma važni segmenti u izučavanju internacionalnih finansija.
6. *Kapitalni tokovi* mogu izazvati i uticati na ekonomske neravnoteže između zemalja, zbog čega Internacionalne finansije analiziraju kako se zemlje nose sa neravnotežama i trude se da ukažu na načine održavanja ekonomske stabilnosti.

Ovo su samo neki od ključnih aspekata predmeta internacionalnih finansija. Izučavanjem ovih tema, istraživači, ekonomisti

i analitičari nastoje da bolje razumeju kompleksne veze između finansijskih tržišta i globalnih ekonomskih kretanja.

4.3. Svetski ekonomski sistem

Dok se *globalna ekonomija* kao oblast fokusira na globalni ekonomski sistem, odnosno na globalni aspekt ekonomskih interakcija i međuzavisnosti, *svetski ekonomski sistem* naglašava postojanje i organizaciju ekonomskih aktivnosti širom sveta. U osnovi, oba izraza se odnose na isti koncept – kompleksnu međunarodnu ekonomsku interakciju koja obuhvata razmenu dobara, usluga, kapitala i informacija između različitih zemalja ali sa suptilnim razlikama u njihovom značenju.

Imajući u vidu dinamiku kretanja u globalnim okvirima, kao neophodnost se javila potreba za institucionalizacijom svetske ekonomije, putem internacionalnih privrednih i finansijskih organizacija, regionalnih ekonomskih grupacija i integracija. Kao rezultat potrebe za institucionalizacijom svetske ekonomije javlja se multilateralizam. Multilateralizam je pristup koji podrazumeva saradnju i dogovaranje između više zemalja putem multilateralnih institucija, sporazuma i dogovora radi rešavanja globalnih ekonomskih, političkih i društvenih pitanja. Ova saradnja omogućava zemljama da zajedno rade na postizanju ciljeva koji se tiču ekonomije, trgovine, razvoja, zaštite životne sredine i drugih oblasti od međunarodnog značaja

Važnost multilateralnog ekonomskog sistema ogleda se u promovisanju slobodne trgovine i otvaranju tržišta, očuvanju finansijske stabilnosti i sigurnosti kroz multilateralne institucije, podrške razvojnih programa i inicijativa manje razvijenih ekonomija u cilju smanjenja siromaštva, povećanja životnog standarda, razvoja boljih političkih odnosa i zajedničkog rada na rešavanju globalnih izazova kao što su klimatske promene, zaštita životne sredine, javno zdravlje i dr.

Iako multilateralni ekonomski sistem postavlja pravila ponašanja na svetskom tržištu, koordinira ekonomske aktivnosti različitih aktera i promoviše ekonomsku stabilnost i razvoj, što nosi mnoge prednosti,

važno je napomenuti da se povremeno suočava s izazovima kao što su neslaganja između zemalja, protekcionističke politike, nedostatak međunarodne podrške za sprovođenje sporazuma.

Međutim, bez obzira na brojne izazove, multilateralizam ostaje ključan pristup za postizanje saradnje i rešavanje globalnih problema u svetu koji je sve više međuzavisan i povezan.

4.3.1. Multilateralni finansijski sistem

Osnove savremenog multilateralnog ekonomskog sistema su postavljene krajem Drugog svetskog rata, tačnije tokom konferencije u Breton Vudsu u Nju Hampširu, SAD, koja se održala tokom jula 1944. godine. Na toj konferenciji su predstavnici 44 savezničke zemlje razmatrali kako oblikovati novi međunarodni ekonomski poredak nakon rata. Na konferenciji su usvojena dva ključna sporazuma:

1. Sporazum o Međunarodnom monetarnom fondu MMF (International Monetary Fund – IMF) čiji je glavni cilj promovisanje međunarodne monetarne saradnje, stabilnost deviznih kurseva, olakšavanje međunarodne trgovine, postizanje rastućeg nivoa zaposlenosti i smanjenje siromaštva u zemljama članicama. IMF ima skoro sve zemlje sveta kao članice i predstavlja važan međunarodni forum za saradnju i koordinaciju ekonomske politike.
2. Sporazum o Međunarodnoj banci za obnovu i razvoj (International Bank for Reconstruction and Development – IBRD), poznatij kao Svetska banka (World Bank), predstavlja specijalizovanu međunarodnu finansijsku instituciju koja je deo Svetske banke (World Bank Group – WBG). IBRD deluje tako što na međunarodnim finansijskim tržištima pozajmljuje sredstva, koja potom koristi za finansiranje različitih projekata i programa u zemljama članicama. Ovi projekti obuhvataju izgradnju infrastrukture, razvoj energije, unapređenje transporta, zaštitu životne sredine, sprovođenje socijalnih

programa i druge oblasti koje su od suštinskog značaja za ekonomski razvoj.

IBRD se često naziva Svetskom bankom jer je to njen najpoznatiji deo, ali važno je razumeti da Svetska banka (World Bank Group – WBG) kao entitet obuhvata ne samo IBRD već i druge institucije poput:

- Međunarodne finansijske korporacije (International Finance Corporation – IFC), koja je osnovana 1956. godine kao deo Svetske banke, pri čemu je njen fokus na podršci privatnom sektoru u razvojnim zemljama putem investicija i finansiranja
- Međunarodne asocijacije za razvoj (International Development Association – IDA), koja je osnovana 1960. godine kao specijalizovana agencija Svetske banke i dr.
- Ona pruža povoljne kredite, donacije i finansijsku pomoć najsiromašnijim zemljama kako bi podržala njihov ekonomski razvoj i smanjenje siromaštva.
- Agencije za multilateralno garantovanje investicija (Multilateral Investment Guarantee Agency – MIGA) koja je osnovana 1988. godine kao deo Svetske banke. MIGA pruža osiguranje i garantovanje investicija radi privlačenja stranih investicija u razvojne zemlje i
- Međunarodnog centra za rešavanje investicionih sporova (International Center for Settlement of Investment Disputes – ICSID) koji je osnovan 1965. godine kao institucija koja olakšava rešavanje sporova između investitora i država putem međunarodnih arbitraža.

Sve ove institucije, uključujući MMF, IBRD, IFC, IDA, MIGA i ICSID, zajedno čine Svetsku banku (World Bank Group – WBG), koja se bavi različitim aspektima ekonomskog razvoja, podrške privatnom sektoru, rešavanja investicionih sporova i smanjenja siromaštva u zemljama u razvoju.

4.3.2. *Multilateralni trgovinski sistem*

Multilateralni trgovinski sistem se odnosi na sistem trgovine između više zemalja koji je organizovan na osnovu multilateralnih sporazuma i institucija, a sa ciljem postizanja uzajamnog ekonomskog prosperiteta. Multilateralni trgovinski sistem najčešće uključuje sledeće elemente:

1. *Najviši preferencijalni status*, koji se odnosi na praksu međusobne primene trgovinskih preferencijala između zemalja članica. Ovaj status obuhvata niske carinske i necarinske trgovinske barijere, podstičući tako olakšavanje trgovine i postizanje ekonomske integracije. Smanjenje trgovinskih barijera fokusira se na postizanje smanjenja carinskih stopa i drugih trgovinskih ograničenja, ciljajući na olakšavanje trgovine i povećanje ekonomske integracije.
2. *Pravila i norme* – koja regulišu trgovinu, uključujući aspekte kao što su zaštita intelektualne svojine, prava potrošača, zaštita životne sredine i pravična konkurencija.
3. *Rešavanje sporova* – zemalja članica kako bi se osiguralo poštovanje trgovinskih sporazuma.
4. *Razvojne komponente* – čvrsto su ukorenjene u multilateralnom trgovinskom sistemu, pružajući podršku za trgovinsku tehničku pomoć i izgradnju kapaciteta zemalja u razvoju

Multilateralni trgovinski sistem igra ključnu ulogu u promoviisanju stabilnosti, ekonomske rastućeg nivoa zaposlenosti i smanjenja siromaštva putem otvorene i pravedne trgovine među zemljama.

Svetska trgovinska organizacija (WTO) je najistaknutiji primer multilateralnog trgovinskog sistema. Njeno osnivanje je pratila dinamična istorija i početak je bio obeležen značajnim događajima. U nastavku ovog teksta će biti sagledani ključni trenuci.

Na Bretonvudskoj konferenciji bilo je predloženo da se, osim IMF i WB, osnuje i Međunarodna trgovinska organizacija (International

Trade Organizacija – ITO), kao posebno međunarodno telo za podsticanje razvoja trgovine u svetskim razmerama.

Sporazum o kreiranju multilateralnog trgovinskog sistema tada nije postignut jer interesi učesnika konferencije su bili različiti, a samim tim i njihovi pogledi na značaj i perspektive internacionalne trgovine. Nakon što se Međunarodna trgovinska organizacija (ITO) nije uspjela uspostaviti kao posebno telo za podsticanje razvoja međunarodne trgovine, stupio je na snagu Opšti sporazum o carinama i trgovini (GATT – General Agreement on Tariffs and Trade).

Ideja o stvaranju Opšteg sporazuma o carinama i trgovini (GATT) proizašla je iz nastojanja da se smanje trgovinske barijere koje su dovele do protekcionizma i ograničavanja međunarodne trgovine tokom Velike depresije i posle Drugog svetskog rata. Inicijativa za stvaranje GATT-a došla je iz međunarodne zajednice, a ključna uloga u njenom formiranju pripala je Sjedinjenim Američkim Državama. GATT je prvobitno potpisan 30. oktobra 1947. godine u Ženevi (Švajcarska) i planirano je da ovaj sporazum bude privremena mera za regulisanje međunarodne trgovine dok se ne postigne dogovor o osnivanju Međunarodne trgovinske organizacije (ITO) koja je zamišljena kao trajno telo za podsticanje razvoja međunarodne trgovine.

Kako se proces osnivanja ITO otežao i njen uspeh postao nezvestan, GATT je ostao kao privremena mera za obezbeđenje stabilnosti u međunarodnoj trgovini, a samim tim i kao platforma za postizanje sporazuma o smanjenju carinskih stopa i trgovinskih barijera među zemljama članicama.

GATT je organizovao niz „rundi“ pregovora među zemljama članicama, uključujući poznate runde kao što su *Kennedy Round* (1964–1967), *Tokyo Round* (1973–1979) i *Uruguay Round* (1986–1994). Svaka runda pregovora imala je za cilj dalje smanjenje trgovinskih barijera i unapređenje međunarodnih trgovinskih odnosa.

Kasnije, kada se osnivanje ITO pokazalo neostvarivim, odlučeno je da se GATT transformiše u Svetsku trgovinsku organizaciju (WTO) kako bi se stvorila trajna institucija koja će regulisati i podsticati

međunarodnu trgovinu na širem i sveobuhvatnijem nivou. Preciznije, na konferenciji GATT-a u Marakešu (Marrakesh, Maroko) 1994. godine, završeni su pregovori o Urugvajskoj rundi, rezultirajući Finalnim aktom Urugvajске runde i 28 pratećih sporazuma koji se tiču liberalizacije svetske trgovine, intelektualnih usluga i prava industrijske svojine.

Svetska trgovinska organizacija (WTO) je zvanično započela svoje delovanje kao naslednik GATT-a, januara 1995. godine. WTO je preuzeo i proširio funkcije GATT-a, uključujući trgovinu uslugama i intelektualnom svojinom. GATT je formalno prestao postojati, jer su njegovi okviri i pravila inkorporirani u nove sporazume Svetske trgovinske organizacije. GATT je tako postao deo pravnih osnova i pravila WTO-a. Sporazumi postignuti tokom Urugvajске runde su rezultat intenzivnih pregovora među mnogim zemljama, pri čemu su postignuti sporazumi potpisani od strane mnogih trgovinskih nacija širom sveta i zatim su ratifikovani od strane njihovih parlamenta.

Ovim procesom uspostavljen je moderni okvir za međunarodnu trgovinu pod pokroviteljstvom Svetske trgovinske organizacije (WTO), koja reguliše trgovinu roba, usluga i intelektualne svojine između zemalja članica. WTO igra ključnu ulogu u uspostavljanju i održavanju pravila trgovine između zemalja i promovisanju otvorenih tržišta. Sporazumi WTO zahtevaju od vlada da svoju trgovinsku politiku učine transparentnom tako što će WTO obavestiti o zakonima na snazi i usvojenim merama, pri čemu se sve članice WTO moraju podvrgnuti periodičnoj kontroli svoje trgovinske politike i prakse.

Članice GATT-a automatski su postale osnivači Svetske trgovinske organizacije (WTO) prilikom njenog osnivanja 1995. godine. U okviru WTO postižu se trgovinski sporazumi i rešavaju trgovinski sporovi, a zaključno sa julom 2023. godine, WTO okuplja 164 države članice.⁶⁰ Broj članica Svetske trgovinske organizacije (WTO) može se menjati tokom vremena, pri čemu ova međunarodna organizacija radi na liberalizaciji međunarodne trgovine.

⁶⁰ World Trade Organisation (WTO), Members and Observers.

SFRJ (Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija) je bila punopravni član GATT-a od 1948. godine. Nakon raspada SFRJ, SRJ (Savezna Republika Jugoslavija), koja je nastala 1992. godine, nije automatski postala članica WTO. Proces učlanjenja u WTO je složen i zahteva pregovore i ispunjenje određenih uslova. Nakon razdvajanja Crne Gore i Srbije, obe su aplicirale za članstvo u WTO kao nezavisne države, pri čemu je Crna Gora postala član WTO, dok su Srbija, Bosna i Hercegovina, Kosovo i Belorusija jedine zemlje u Evropi koje nisu članice WTO.

Članstvo u WTO je takođe uslov za pristupanje Evropskoj uniji (EU), čemu Srbija teži.

Iako Srbija još uvek nije članica WTO, ona je je uspostavila niz trgovinskih ugovora sa različitim zemljama i regionalnim organizacijama:

1. CEFTA (Centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini): Srbija je članica CEFTA-e, regionalnog sporazuma o slobodnoj trgovini sa drugim zemljama u Centralnoj Evropi.
2. EFTA (Evropska asocijacija za slobodnu trgovinu): Srbija ima trgovinske odnose sa zemljama članicama EFTA-e, što omogućava olakšanu trgovinu i slobodan protok robe.
3. Turska i Evroazijska ekonomska unija (EAEU): Srbija je uspostavila trgovinske odnose sa Turskom i Evroazijskom ekonomskom unijom, uključujući Rusiju.
4. Povlastice u trgovini sa drugim partnerima: Srbija je postigla trgovinske sporazume koji joj omogućavaju povlastice u trgovini sa značajnim partnerima kao što su Evropska unija (EU), Sjedinjene Američke Države (SAD), Japan i Australija.

Ovi trgovinski aranžmani pružaju Srbiji mogućnosti za olakšanu trgovinu, povećanje izvoza i ekonomski rast.

4.3.3. *Multilateralne ekonomske integracije i organizacije*

Multilateralne ekonomske integracije predstavljaju procese saradnje i povezivanja više zemalja radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva u oblasti ekonomije i trgovine. Ove integracije podrazumevaju usklađivanje politika, regulativa i trgovinskih aranžmana između zemalja članica kako bi se postigle koristi kao što su smanjenje trgovinskih barijera, povećanje protoka roba, usluga i kapitala, poboljšanje ekonomske efikasnosti i stimulisanje ekonomske aktivnosti.

Multilateralne ekonomske organizacije su institucionalni okviri ili tela koja podržavaju i olakšavaju procese integracija među zemljama. Ove organizacije pružaju forum za pregovore, rešavanje sporova i razvoj zajedničkih politika. Njihov cilj je da unaprede ekonomske odnose među članicama i podstaknu održiv ekonomski rast.

Širom sveta postoji mnogo ekonomskih integracija i organizacija koje omogućavaju saradnju između država i naroda radi efikasnijeg poslovanja. Ove organizacije se bave različitim aspektima ekonomije i trgovine i pomažu u uspostavljanju međusobnih odnosa.

Neki od značajnih primera regionalnih ekonomskih integracija su:

1. *EU (Evropska unija)*: Grupa evropskih zemalja koje deluju kao zajedničko tržište, omogućavajući slobodan protok robe, usluga, kapitala i ljudi među njenim članicama.
2. *EFTA (Evropska zona slobodne trgovine)*: Skupina evropskih zemalja koje promovišu slobodnu trgovinu.
3. *NAFTA (Severnoamerički sporazum slobodne trgovine)*: SAD, Kanada i Meksiko deluju kao slobodna trgovinska zona.
4. *MERCOSUL (Južnoameričko zajedničko tržište)*: Grupa južnoameričkih zemalja koje sarađuju u trgovini.
5. *ASEAN (Asocijacija zemalja Jugoistočne Azije)*: Zemlje jugoistočne Azije koje sarađuju u ekonomiji.
6. *SAARC (Južnoazijska asocijacija za regionalnu saradnju)*: Zemlje južne Azije koje se udružuju radi ekonomske saradnje.

7. *COMESA (Zajedničko tržište Istočne i Južne Afrike)*: Grupa afričkih zemalja koje sarađuju u trgovini.

Pored toga, postoje i međunarodne ekonomske organizacije unutar Ujedinjenih nacija (UN) i druge nevladine organizacije:

1. *UNIDO, UNCTAD, FAO, WHO*: UN organizacije koje se bave industrijskim razvojem, trgovinom, poljoprivredom i zdravstvom.
2. *OECD (Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj)*: Grupa zemalja koje sarađuju u ekonomskim pitanjima.
3. *ICC (Međunarodna privredna komora)*: Organizacija koja promovira poslovne interese.
4. *OPEC (Organizacija zemalja izvoznika nafte)*: Zemlje koje sarađuju u naftnoj industriji.
5. *ISO (Međunarodna organizacija za standardizaciju)*: Organizacija koja postavlja međunarodne standarde.

Ove organizacije igraju važnu ulogu u olakšavanju ekonomske saradnje i razvoja širom sveta, kao i prosperiteta među članicama.

4.4. Globalni ekonomski izazovi

Globalni ekonomski izazovi predstavljaju kompleksne probleme i pitanja sa značajnim uticajem na svetsku ekonomiju, trgovinu i društvo. U tom kontekstu, multilateralna globalna diplomatija, posebno u ekonomskoj sferi, igra ključnu ulogu u rešavanju ovih izazova.

Ekonomska diplomatija se odnosi na diplomatske napore koji se usmeravaju na ekonomske pitanja, uključujući trgovinu, investicije, finansije i razvoj. Kroz multilateralnu ekonomsku diplomatiju, zemlje se trude da zajedno rade na rešavanju globalnih ekonomskih izazova, promoviraju održiv razvoj i stvore bolje uslove za sve učesnike svetskog ekonomskog sistema.

Kao vodeći globalni ekonomski izazovi koji imaju potencijal da imaju ozbiljne i dugotrajne posledice na globalnu ekonomiju, društvo i okolinu su:

- Neravnomeran razvoj
- Usporeni rast svetske privrede
- Siromaštvo
- Zaduženost zemalja u razvoju
- Produblјivanje nejednakosti unutar zemalja
- Finansijske krize
- Nelegalna ekonomija i crna tržišta
- Energetska oskudica
- Ekološka ugroženost
- Ekspanzija vojnih rashoda

Sve ove tačke predstavljaju složene i povezane izazove koji zahtevaju međunarodnu saradnju, inovativna rešenja i dugoročne strategije kako bi se postigao održiv i ravnotežan globalni ekonomski razvoj.

4.4.1. Neravnomeran razvoj

Neravnomeran razvoj se odnosi na nejednaku raspodelu ekonomske aktivnosti, resursa, prilika i razvoja između različitih regiona, država ili zajednica. Ovaj koncept ukazuje na činjenicu da razvoj nije jednako raspoređen širom sveta, što može dovesti do ekonomske i socijalne nejednakosti. Neravnomeran razvoj može se manifestovati na različite načine i imati posledice po ekonomske, socijalne i političke aspekte društva.

Neravnomeran razvoj evidentan je na raznim poljima, pri čemu najočigledniji je u posmatranju razlike u prihodima i bogatstvu,

pri čemu mali broj pojedinaca ili trilionera poseduje ogroman deo svetskog bogatstva, dok veliki deo stanovništva živi u siromaštvu. Ova neravnoteža može dovesti do daljeg produbljivanja jaza između bogatih i siromašnih i može stvarati socijalne napetosti i nemire.

Siromašniji regioni često nemaju pristup čistoj vodi, hrani i drugim osnovnim resursima, što može dovesti do pogoršanja zdravstvenih stanja i smanjenja kvaliteta života. Situaciju dodatno komplikuje i to što siromašnije države često se suočavaju sa nedostatkom pristupa kvalitetnoj zdravstvenoj zaštiti i obrazovanju. To može rezultirati lošijim zdravljem i manjim šansama za razvoj u ovim regionima. Takođe, nedovoljno razvijena područja često imaju visoku stopu nezaposlenosti, naročito među mladima. Neravnomeran razvoj može podsticati migracije stanovništva iz siromašnijih regiona u bogatije države u potrazi za boljim prilikama. Ovo može dovesti do problema kao što su ilegalne migracije i pritisak na druge države.

4.4.2. Usporeni rast svetske privrede

Usporeni rast svetske privrede označava situaciju u kojoj brzina ekonomske aktivnosti globalno opada ili se smanjuje u odnosu na prethodne periode. To se obično meri kroz pad stope rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP), koja je osnovni indikator ekonomske aktivnosti.

Usporenje rasta svetske privrede može biti rezultat različitih faktora i dešavanja, kao što su: ciklične fluktuacije kada ekonomija prolazi kroz prirodne cikluse rasta i recesije, geopolitičke tenzije koje sa sobom nose nesigurnost i političke tenzije na međunarodnom nivou, zatim trgovinski sporovi, promene u potražnji, restriktivna monetarna politika, nedostatak investicija u resurse, prirodne katastrofe i dr.

Usporeni rast svetske privrede može imati široke posledice, uključujući povećanje nezaposlenosti, smanjenje prihoda, manje investicije i mogućnost socijalnih napetosti, usled čega često slede

razne mere Vlada i međunarodnih organizacija često kako bi podstakle ekonomski rast, podsticali investicije i unapredile trgovinu.

Prema najnovijoj prognozi Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) za 2023. očekuje se usporavanje globalnog ekonomskog rasta na 3,0 odsto sa prošlogodišnjih 3,5 odsto. Predviđa se i slabija inflacija, koja će pasti sa 8,7% u 2022. na 6,8% u 2023. i 5,2% u 2024. godini.⁶¹ Centralne banke podižu kamatne stope da bi obuzdale inflaciju, ali to može usporiti ekonomsku aktivnost.

U evrozoni se očekuje smanjenje privrednog rasta sa 3,5% u 2022. godini na 0,9% ove godine i 1,5% u 2024. godini. Od velikih evropskih privreda, najgore će proći Nemačka koja će nakon skromnog rasta od 1,8 odsto u 2022. godini zabeležiti negativan ekonomski rast od minus 0,3 odsto u ovoj godini i malo se oporaviti na 1,3 odsto u 2024. godini. SAD će takođe doživeti postepen pad privrednog rasta sa 2,1% u 2022. na 1,8% ove godine i 1,0% u 2024. Nedavne akcije za stabilizaciju bankarskog sektora i rešavanje duga pomažu, ali globalni rizici ostaju. Visoka inflacija može ostati problem, posebno sa mogućim šokovima kao što su sukob u Ukrajini ili ekstremni vremenski događaji. Finansijska tržišta takođe mogu biti turbulentna zbog daljeg pooštavanja politike centralne banke.

Većina zemalja ima za cilj održavanje stabilnih cena i finansijske sigurnosti. Zato bi centralne banke trebale ostati usmerene na stabilizaciju cena, jačanje nadzora nad finansijskim sektorom i praćenje rizika. Ako se napetosti na tržištu pojave, zemlje bi trebale brzo pružiti novac kako bi očuvale likvidnost, uz istovremeno smanjenje rizika od neodgovornog ponašanja. Takođe je važno da zemlje izgrade finansijske rezerve kako bi mogle podržati najugroženije sektore. Poboljšanja u ekonomiji, poput veće ponude dobara i usluga, olakšala bi napredak ka stabilnim finansijama i smanjenju inflacije prema željenim ciljevima.

⁶¹ World Economic Outlook Update, July 2023 – Near-Term Resilience, Persistent Challenges.

4.4.3. Siromaštvo

Siromaštvo je ozbiljan globalni problem koji zahvata različite aspekte društva i utiče na milione ljudi širom sveta. Ono se manifestuje kroz nedostatak osnovnih materijalnih resursa potrebnih za dostojanstven život, kao što su hrana, voda, obrazovanje, zdravstvena zaštita i pristojan smeštaj. Siromaštvo ima duboke ekonomske, socijalne i emocionalne posledice za pojedince i zajednice.

Siromaštvo se može posmatrati na globalnom nivou, gde postoje velike razlike u ekonomskim uslovima između razvijenih i nerazvijenih zemalja. Takođe, postoje i unutarzemaljske razlike, gde se siromaštvo često koncentriše u ruralnim područjima i urbanim naseljima sa niskim socijalnim standardima, pri čemu nejednakost u raspodeli resursa i prilika dovodi do daljeg produblivanja siromaštva.

Međunarodne organizacije, kao što su Ujedinjene nacije, Svetska banka i Međunarodni monetarni fond, preduzimaju napore da se suoče sa ovim problemom kroz programe razvojne pomoći, edukaciju, zdravstvenu zaštitu i druge inicijative. Takođe, pojedine zemlje sprovode nacionalne strategije za smanjenje siromaštva kroz socijalne programe, obuku i olakšavanje pristupa osnovnim uslugama.

Ciljeve održivog razvoja, poznate i pod nazivom *Globalni ciljevi*, usvojile su Ujedinjene nacije 2015, kao univerzalni poziv na zajedničku akciju u cilju iskorenjivanja siromaštva, zaštite planete i obezbeđivanja mira i prosperiteta za sve ljude – najkasnije do 2030. Kao prvi cilj u svojoj agendi istakli su nastojanje da *nema siromaštva*,⁶² pri čemu se navodi da suočavanje sa siromaštvom u svim njegovim oblicima ostaje jedan od velikih izazova za čovečanstvo. Iako je broj ljudi u ekstremnom siromaštvu opao za više od polovine između 1990. i 2015. godine, još uvek je previše onih koji se bore za osnovne potrebe.

Od 2015. godine, oko 736 miliona ljudi živi u ekstremnom siromaštvu, sa manje od 1,90 USD dnevno, dok im nedostaju hrana,

⁶² United Nations Development Programme, Sustainable development goals, Goal 1-NO POVERTY.

čista voda i pristojne sanitarije. Navodi se i podatak da polovina svih ljudi koji žive u inostranstvu je mlađa od 18 godina.

Zemlje kao što su Kina i Indija uspele su da izvuku mnoge ljude iz siromaštva, međutim napredak nije ravnomeran. Žene često trpe veće siromaštvo zbog manje plaćenih poslova, ograničenog obrazovanja i manjka imovine.

Napredak je i dalje izazovan u regionima poput Južne Azije i podsaharske Afrike, gde veći deo ekstremno siromašnih ljudi živi. Dodatni izazovi kao što su klimatske promene, konflikti i nedostatak hrane čine neophodnim dalje napore u cilju pružanja pomoći ljudima da izađu iz ovog teškog položaja.

Ujedinjene nacije u svojoj strategiji *Globalni ciljevi*, predstavljaju rad na okončanju siromaštva u svim njegovim oblicima do 2030. godine. To znači usmeravanje pažnje na najugroženije, obezbeđivanje osnovnih resursa i usluga, te podršku zajednicama koje se suočavaju sa konfliktima i klimatskim izazovima.

I u Srbiji je izraženo siromaštvo i postoji aktivan napor u borbi protiv njega. U narednoj tabeli su prikazani podaci za vremenski period od 2006–2020. godine koji ukazuju na profil apsolutnog siromaštva.

Tabela 4. Profil apsolutnog siromaštva, 2006–2020. godine

	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Linija siromaštva, RSD mesečno po potrošačkoj jedinici	6.221	6.625	7.401	8.022	8.544	9.483	10.223	11.020	11.340	11.556	11.694	12.045	12.286	12.495	12.695
Procenat siromašnih u Republici Srbiji	8,8	8,3	6,1	6,6	7,6	6,6	6,3	7,4	7,6	7,4	7,3	7,2	7,1	7,0	6,9

Izvor: <https://socijalnoukljucivanje.gov.rs/rs/socijalno-ukljucivanje-u-rs/statistika-siromastva/apsolutno-siromastvo/>

Iz podataka dobijenih iz Ankete o potrošnji domaćinstava (APD) može se zaključiti da je u Republici Srbiji tokom 2020. godine, otprilike 446 hiljada ljudi imalo teškoća da zadovolji osnovne potrebe, što

čini oko 6,9% ukupnog stanovništva. Stopa apsolutnog siromaštva blago opada tokom analiziranog perioda, ali i dalje je nešto viša u poređenju sa periodom od 2008. do 2012. godine. Osobe koje troše manje od 12.695 dinara spadaju ispod linije siromaštva.⁶³

Važno je naglasiti da siromaštvo nije samo pitanje ekonomske nerazvijenosti, već i nedostatak pristupa obrazovanju, zdravstvenoj zaštiti, političkoj participaciji i pravima. Održivo rešavanje problema siromaštva zahteva sveobuhvatan pristup koji uključuje ekonomske, socijalne i političke faktore.

4.4.4. Zaduženost zemalja u razvoju

Zaduženost zemalja u razvoju je pitanje koje se odnosi na nivo dugovanja koje zemlje sa nižim ekonomskim razvojem imaju prema međunarodnim kreditorima, kao što su međunarodne finansijske institucije (poput Međunarodnog monetarnog fonda i Svetske banke) ili drugim zemljama. Ova zaduženost može biti posledica pozajmica, zajmova ili emitovanja obveznica kako bi se finansirali razvojni projekti, infrastruktura, socijalni programi ili drugi ekonomski ciljevi.

Zaduživanje zemalja u razvoju može biti komplikovano i doneti izazove, koji se ogledaju u sledećem:

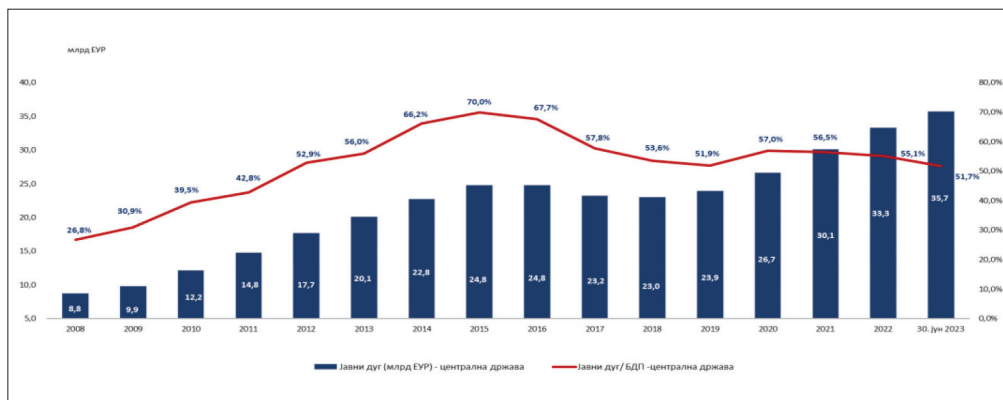
1. *Održivost duga* – pri čemu previše duga može stvoriti probleme jer zemlje teško izmiruju obaveze prema zajmodavcima. To može otežati ulaganje u projekte ili pružanje osnovnih usluga.
2. *Uslovi zaduživanja* – jer to kako se zemlje zadužuju može uticati na njihovu ekonomiju. Visoke kamate ili kratki rokovi za vraćanje mogu biti teški za izmirivanje.
3. *Dobre i loše strane* – su izražene, pri čemu zaduživanje može pomoći finansiranju projekata i bržem ekonomskom rastu.

⁶³ Vlada Republike Srbije, Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva, *Statistika siromaštva – Apsolutno siromaštvo*.

Ali, ako se sredstva koriste loše ili se zaduže previše, to može stvoriti probleme.

4. *Programi smanjenja duga* – se aktiviraju kada međunarodni programi pomažu zemljama da smanje dug. To može uključivati otpisivanje dela duga ili promene u uslovima plaćanja.
5. *Transparentnost i odgovornost* – je veoma važna prilikom zaduživanja zbog čega zemlje treba da budu jasne o svojoj zaduženosti kako bi dobro upravljale novcem i izbegle probleme.

U izveštaju Ministarstva finansija Republike Srbije, Uprave za javni dug se navodi da javni dug centralnog nivoa vlasti u junu 2023. godine iznosi 51,7% u odnosu na ukupni bruto domaći proizvod (BDP) zemlje. Takođe, učešće javnog duga sektora države u BDP-u iznosi 52,1%. U junu 2023. godine, javni dug centralnog nivoa vlasti povećan je za 24,6 milijardi dinara u odnosu na maj, i iznosio je 4.190,4 milijarde dinara (oko 35,7 milijardi evra).⁶⁴



Slika 1. Javni dug

Izvor: <https://javnidug.gov.rs/rsc/javnidug>

Za opravdanje visoke stope javnog duga, vlasti u Srbiji često se oslanjaju na Mاستriški ugovor, koji iako nije obavezujući čak ni za sve članice Unije, služi kao osnovni referentni okvir. Prema ovom

⁶⁴ Ministarstvo finansija Republike Srbije (Jun 2023). Uprava za javni dug. Mesečni izveštaj, *Analiza javnog duga i duga sektora države*.

ugovoru, javni dug zemlje se i dalje drži unutar propisanih granica – što predstavlja smernicu za upravljanje ekonomijom.

Prema podacima Ministarstva finansija, Srbija je imala najniži javni dug 2008. godine, sa udelom od 26,8% u odnosu na bruto domaći proizvod (BDP). Najviši nivo zaduženosti zabeležen je 2015. godine, kada se učešće javnog duga u BDP-u popeo na 70%. Nakon toga su sprovedene fiskalne korekcije i reforme kako bi se izbegla potencijalna fiskalna kriza.

Mastriški ugovor je važan sporazum koji je stvorio Evropsku uniju (EU) i postavio osnove za zajedničku ekonomiju među zemljama članicama. Potpisan je 1992. godine u Mastrihtu, Holandija. Ključna stvar u ovom ugovoru su „Konvergencijski kriterijumi“ ili „Mastriški kriterijumi“, koji postavljaju jasne fiskalne kriterijume za zemlje koje žele da pređu na zajedničku valutu euro, i koji su osmišljeni da pomognu da ekonomije ostanu stabilne i da se zemlje ne zadužuju previše. Jedan od tih kriterijuma odnosi se na javni dug i propisuje da ukupan javni dug ne sme premašiti 60% bruto domaćeg proizvoda (BDP) zemlje članice

Ovaj kriterijum ima za cilj da osigura fiskalnu disciplinu među zemljama koje koriste euro kako bi se održala ekonomska stabilnost unutar evrozone. Međutim, važno je napomenuti da neke zemlje članice nisu uspele da ispune ovaj kriterijum i da su imale veći udeo javnog duga u BDP-u od dozvoljenih 60%. Ovo je dovelo do ekonomskih izazova i problema unutar evrozone. Mastriški ugovor takođe predviđa druge fiskalne kriterijume kao što su ograničenje budžetskog deficita na 3% BDP-a i zahtev za postizanje ekonomske konvergencije kako bi se obezbedila stabilnost i integrisanost ekonomske politike među zemljama članicama EU.

U EU odnos državnog duga prema BDP-u smanjen je sa 88,0% na kraju 2021. godine na 84,0% na kraju 2022. godine, što znači da je učešće ukupnog duga zemalja članica EU u njihovom ukupnom bruto domaćem proizvodu smanjen sa 88,0% na 84,0% tokom tog perioda.⁶⁵

⁶⁵ Eurostat, Statistics Explained. Government finance statistics, Data extracted on April 2023

Na kraju 2022. godine najniži udeo bruto duga države u BDP-u zabeležen je u Estoniji (18,4%), Bugarskoj (22,9%), Luksemburgu (24,6%), Danskoj (30,1%), Švedskoj (33,0%) i Litvaniji (38,4 %). Trinaest država članica imalo je državni dug veći od 60% BDP-a, a najzaduženija zemlja Evropske unije je Grčka sa javnim dugom od 171,3% BDP-a. Prate je Italija (144,4%), Portugal (113,9%), Španija (113,2%), Francuska (111,6%) i Belgija (105,1%).

Treba znati da viši javni dug ne mora nužno biti loš, iako ima svoje izazove, pri čemu je bitno razmotriti svrhu i namenu pozajmljenih sredstava. Ako se sredstva koriste za javne investicije, to može podstaći ekonomski rast i olakšati vraćanje dugova.

4.4.5. Produbljivanje nejednakosti unutar zemalja

Produbljivanje nejednakosti unutar zemalja predstavlja zabrinjavajući trend. To znači da se jaz između bogatih i siromašnih slojeva društva povećava. Ovo može imati ozbiljne posledice po ekonomske, socijalne i političke aspekte zemlje. Kada se nejednakost povećava, bogati imaju više prilika i resursa, dok siromašni imaju manje mogućnosti za napredak i bolji život. Ovo može dovesti do socijalnih tenzija, nestabilnosti i nesigurnosti. Da bi se ovo sprečilo, važno je usmeriti politike i mere ka smanjenju nejednakosti, pružajući bolji pristup obrazovanju, zdravstvenoj zaštiti, radnim prilikama i socijalnim programima za sve slojeve društva.

Globalni geoekonomski problem obuhvata ne samo širenje ekonomske nejednakosti između bogatih i siromašnih zemalja, već i rastuću razliku u prihodima među građanima unutar iste zemlje, nezavisno od njenog stepena razvijenosti. Ovaj trend dovodi do toga da bogate zemlje postaju još bogatije, a siromašne zemlje postaju još siromašnije, dok istovremeno bogati pojedinci postaju bogatiji, a siromašni sve siromašniji.

Povećanje socijalnih razlika u nacionalnim društvima, rastući jaz između bogatih i siromašnih (wealth gap), zajedno sa produbljivanjem

neravnoteže između razvijenih i nerazvijenih zemalja, predstavlja veliki izazov savremenog sveta. Ovi trendovi mogu imati negativne posledice, uključujući i uticaj na pojave kao što je terorizam i anti-globalističke akcije. Sve ovo ukazuje na potrebu za usmeravanjem pažnje na ravnotežu u raspodeli bogatstva i resursa kako unutar zemalja, tako i među njima.

U Agendi 2030 Ujedinjenih nacija (usvojena je septembra 2015. godine), koja predstavlja viziju održivog razvoja i boljeg, stabilnijeg i bezbednijeg života za sve, sadržani su kratkoročni i dugoročni ciljevi u ekonomskoj, socijalnoj i ekološkoj dimenziji.

UN prepoznaju razlike u prihodima, pri čemu se navodi da 10% najbogatijih ljudi kontroliše skoro 40% svetskog prihoda, dok 10% najsiromašnijih zarađuje samo između 2% i 7%. U zemljama u razvoju nejednakost je porasla za 11%.⁶⁶

Nejednakost prihoda raste širom sveta, ali različitim stopama. Najniža je u Evropi, a najviša na Bliskom istoku. Ovi veliki dispariteti zahtevaju promišljene politike za podršku onima sa nižim prihodima i promovisanje ekonomske inkluzije za sve, bez obzira na pol, rasu ili etničku pripadnost.

Zbog ovakvih globalnih izgleda neki od ciljeva Agende 2030 UN-a, su da se do 2030. godine:

- Povećaju prihodi za najnižih 40% stanovništva brže od nacionalnog proseka.
- Da osnaži i promoviše društvenu, ekonomsku i političku inkluziju svih, bez obzira na starost, pol, invaliditet, rasu, etničku pripadnost, poreklo, veru ili ekonomski status.
- Poboljšati regulaciju i nadzor globalnih finansijskih tržišta i institucija i ojačati sprovođenje takvih propisa.
- Osigurati veću zastupljenost i uticaj zemalja u razvoju u donošenju odluka u globalnim međunarodnim ekonomskim i

⁶⁶ United Nations Development Programme, Sustainable development goals, Goal 10- reduced-inequalities.

finansijskim institucijama kako bi se obezbedile efikasnije, kredibilnije, odgovornije i legitimnije institucije.

U datom prikazu su istaknuti odabrani ciljevi, budući da nije moguće iscrpno nabrojati sve napore i ciljeve. Važno je znati da rešavanje nejednakosti u приходима zahteva sveobuhvatan pristup. To podrazumeva bolju kontrolu i regulaciju finansijskih tržišta i institucija, podsticanje razvojne pomoći i direktnih stranih investicija u oblastima sa najvećim potrebama. Takođe, obezbeđivanje sigurnih migracija i slobode kretanja ljudi igra ključnu ulogu u suzbijanju rastućih razlika. Važno je naglasiti da ovo nisu jednostavno izazovi jedne zemlje, već globalni izazovi koji zahtevaju zajedničke napore i saradnju svih država.

4.4.6. *Finansijske krize*

Finansijske krize su ozbiljni poremećaji u ekonomskom sistemu jedne zemlje u globalnoj ekonomiji, koji se obično manifestuju kroz naglo pogoršanje finansijskih uslova, pad vrednosti imovine, bankrota finansijskih institucija i ozbiljne ekonomske turbulencije. Ove krize mogu imati ozbiljne posledice po ekonomske aktivnosti, zapošljavanje i životni standard ljudi.

Finansijske krize se mogu pojaviti iz različitih razloga, a neki od uobičajenih faktora uključuju:

1. *Prekomerno zaduživanje*, koje se javlja kada se zemlje ili firme previše zaduže i ne mogu da otplaćuju svoje dugove, to može izazvati finansijsku nestabilnost.
2. *Neracionalno ponašanje investitora*, koje se ogleda u iracionalnom reagovanju investitora na tržišne promene, preterano kupuju ili prodaju imovinu, to može dovesti do naglih fluktuacija cena i nestabilnosti
3. *Loše upravljanje rizicima u finansijskim institucijama*, još jedan je faktor izazivanja ili produbljivanja kriza što može dovesti do gomilanja loših kredita i rizika.

4. *Širenje krize*, logičan sled događaja usled globalne povezanosti finansijskih tržišta, pri čemu finansijska nestabilnost u jednoj zemlji može se brzo proširiti na druge zemlje.

Pojava kriza nije neobična i može se smatrati normalnom pojavom u ekonomskom i društvenom kontekstu. Krize su inherentni deo ekonomske aktivnosti i često se javljaju ciklično u ekonomijama. Ove ciklične oscilacije nazivaju se ekonomski ciklusi. Ekonomske cikluse čine periodi ekonomske ekspanzije (rasta) i periodi ekonomske kontrakcije (opadanja). Ovi ciklusi su obično rezultat složenih faktora kao što su promene u tražnji i ponudi, kamatne stope, inflacija, politički događaji, tehnološke promene i globalni ekonomski uslovi.

Neke od najznačajnijih finansijskih kriza u prošlosti uključuju Veliku depresiju 1930-ih, azijsku finansijsku krizu 1997. godine, globalnu finansijsku krizu 2008. godine i eurokrizu koja je pogodila evrozonu 2010-ih. Ove krize su imale dubok i širok uticaj na ekonomsku aktivnost, a njihove posledice su često zahtevale koordinirane napore kako bi se prevazišle.

Pored ovih kriza treba pomenuti i COVID-19 krizu, krizu u Rusiji, konflikt u Ukrajini koji se mogu sagledati u kontekstu finansijskih kriza i globalnih ekonomskih poremećaja. Pandemija COVID-19 izazvala je ozbiljne ekonomske poremećaje širom sveta. Zatvaranje privrednih aktivnosti i ograničenja kretanja doveli su do pada bruto domaćeg proizvoda (BDP), gubitka radnih mesta i opšte ekonomske nestabilnosti. Finansijski tržišta su se suočila s naglim padom cena imovine, a globalna ekonomska aktivnost pretrpela je veliki udar. COVID-19 kriza se takođe proširila na finansijski sektor, što je izazvalo zabrinutost zbog likvidnosti i stabilnosti banaka i drugih finansijskih institucija.

Kriza u Rusiji nastala je kao rezultat niske cene nafte. Rusija je značajan izvoznik nafte i gasa, te je njen ekonomski sistem osetljiv na fluktuacije cena nafte. Kada su cene nafte opale, to je imalo negativan uticaj na prihode od izvoza i budžet Rusije, budući da su prihodi značajno smanjeni. Ovo je izazvalo finansijsku nestabilnost, a

takođe i negativno uticalo na rublju, što je dalje povećalo ekonomske poteškoće. Kriza u Rusiji zbog niskih cena nafte naglašava značaj ekonomske diverzifikacije i smanjenja zavisnosti od izvoza sirovina, poput nafte i gasa. Ovisnost o visokim cenama nafte može značajno narušiti stabilnost ekonomije zemlje i izložiti je rizicima koje donose fluktuacije cena na globalnom tržištu energenata.

Konflikt u Ukrajini izazvao je geopolitičku napetost koja se reflektovala i na finansijska tržišta. Sankcije i ekonomske restrikcije koje su uvedene kao odgovor na ovaj konflikt doprinele su većoj neizvesnosti u regionu i uticaju na globalnu trgovinu i investicije.

Ove krize su pokazale kako su svet i ekonomije međusobno povezani. Globalni događaji, poput pandemije, geopolitičkih konflikata ili fluktuacija cena nafte, mogu imati dalekosežne posledice po finansijska tržišta, ekonomske performanse zemalja i standard života ljudi. U tom smislu, upravljanje finansijskom stabilnošću i ekonomskim rizicima postaje ključno kako bi se minimizirali negativni efekti ovih kriza.

4.4.7. Nedožvoljene ekonomske aktivnosti

Nedožvoljene ekonomske aktivnosti obuhvataju sve vrste poslovanja, trgovine ili razmene dobara i usluga koje se obavljaju suprotno zakonima, regulativama ili etičkim standardima. Ove aktivnosti su ilegalne ili nelegalne i često podrazumevaju kršenje zakona ili prevare kako bi se ostvarila finansijska korist. U nedožvoljene ekonomske aktivnosti spadaju:

- Nelegalna ekonomija
- Crno tržište i
- Siva ekonomija

Nelegalna ekonomija obuhvata sve nezakonite aktivnosti koje se obavljaju izvan okvira regulativa i zakona. To uključuje trgovinu drogom, ilegalnim oružjem, pranje novca, krađu intelektualne svojine, ilegalnu trgovinu ljudima i slično. Nelegalna ekonomija često predstavlja ozbiljan izazov za društvo i ekonomiju jer može

štetiti legalnim tržišnim mehanizmima i prouzrokovati negativne ekonomske i društvene posledice.

Crno tržište se odnosi na deo ekonomske aktivnosti koji se odvija van formalnog tržišta i ne prijavljuje se vlastima. To može uključivati trgovinu neoporezivim ili nelegalnim dobrima i uslugama. Crno tržište može biti prisutno u različitim sektorima, kao što su rad na crno, nelegalna građevinska aktivnost, trgovina cigaretama, alkoholom ili drugim proizvodima izvan regularnog distributivnog lanca.

Nelegalna ekonomija i crno tržište često rezultiraju gubicima za državni budžet jer ne pridonose porezima. To može osiromašiti državu i otežati finansiranje javnih usluga i infrastrukturnih projekata. Takođe nelegalna ekonomija i crno tržište mogu imati ozbiljan negativan uticaj na društvo jer mogu uticati na povećanje stope kriminala, narušavanje javnog reda i mira, izrabljivanje radne snage, trgovinu ljudima i sl. Borba protiv ovih pojava zahteva efikasne pravne i institucionalne mehanizme, pojačanu regulaciju, jačanje policijske i pravosudne saradnje, kao i podsticanje legalnih ekonomskih aktivnosti kako bi se smanjile njihove negativne posledice na društvo i ekonomiju.

Pored ova dva fenomena, poznata je i siva ekonomija koja predstavlja sredinu između legalne i nelegalne ekonomije. Ovde se radi o ekonomskim aktivnostima koje nisu potpuno ilegalne, ali se deo tih aktivnosti odvija izvan formalnog okvira, što može uključivati izbegavanje poreza, rad na crno i slično. Siva ekonomija podrazumeva prakse koje nisu u potpunosti u skladu sa zakonima i regulativama. Iako su ovi pojmovi povezani i često se mešaju, svaki od njih se odnosi na specifične aspekte nezakonitih, neformalnih ili nedozvoljenih ekonomskih aktivnosti.

Suzbijanje sive ekonomije se trenutno sprovodi kroz pružanje podrške Vladi RS u stvaranju novog programa za suzbijanje sive ekonomije za period 2023–2025. Ovaj program uključuje različite reforme koje će se baviti sledećim aspektima:⁶⁷

⁶⁷ NALED, *suzbijanje sive ekonomije*.

1. Jačanje kapaciteta inspekcija i prekršajnih sudova
2. Unapređenje postupka poreskog nadzora i prijave
3. Fiskalno i administrativno rasterećenje legalnog poslovanja.

Ovaj program je rezultat saradnje države, privatnog sektora i civilnog društva. Ministarstvo finansija predvodi Koordinaciono telo za suzbijanje sive ekonomije, uz podršku stručne grupe. Predlog programa su pripremile različite institucije, a uključeni su i predstavnici akademske zajednice, privrede i NALED-a u ulozi koordinatora Stručne grupe.

Zahvaljujući sistemskom pristupu i jačanju privrede, siva ekonomija je opala. Procena sive ekonomije u formalno registrovanoj privredi je smanjena na 11,7% BDP-a u 2022, što je pad od 3 procentna poena u odnosu na 2017. i 10 procentnih poena u odnosu na 2012.⁶⁸ Kada se u obzir uzme monetarni pristup koji obuhvata i neregistrovane poslove, ukupna siva ekonomija je smanjena na 20,1% BDP-a u 2021, što je pad od 2 procentna poena u odnosu na 2017. i 6 procentnih poena u odnosu na 2012. Procenat neobuhvaćene ekonomije, koji se odnosi na ilegalne i neformalne aktivnosti, smanjio se sa 8,3% u 2017. na 5,9% u 2021. Ovi rezultati su u skladu sa zvaničnom statistikom koja pokazuje porast poreskih prihoda i smanjenje neformalno registrovanih radnika u istom periodu.

4.4.8. Energetska oskudica

Energetska oskudica se odnosi na nedostatak dovoljne količine energije za potrebe društva, privrede ili domaćinstava. To može uključivati nedostatak električne energije, goriva za vozila, grejanje ili drugih energetske resursa koji su neophodni za normalno funkcionisanje ekonomije i društva.

Energetska oskudica može imati ozbiljne posledice, uključujući prekide u snabdevanju električnom energijom, poremećaje u proizvodnji i transportu, tešku ekonomsku situaciju i nezadovoljstvo

⁶⁸ Ibid.

stanovništva. Oskudica energije može biti rezultat različitih faktora kao što su nedostatak investicija u energetske infrastrukture, promene u snabdevanju energijom, prirodne katastrofe ili geopolitički faktori koji utiču na snabdevanje energentima.

Od 2000. do 2018. godine, broj ljudi na svetskom nivou koji koriste struju porastao je sa 78% na 90%, dok je broj onih bez pristupa električnoj energiji smanjen na 789 miliona.⁶⁹

Ipak, sa rastom populacije, povećava se tražnja za jeftinom energijom, što ima za posledice na klimatske promene zbog dominacije fosilnih goriva.

Investiranje u solarne, vetrovne i termalne izvore energije, unapređenje energetske efikasnosti i osiguranje dostupnosti energije za sve postaje ključno rešenje. Širenje energetske infrastrukture i tehnoloških inovacija za čistiju i efikasniju energiju širom sveta podstaci će ekonomski napredak i doprineti očuvanju životne sredine.

Rešavanje energetske oskudice zahteva plansko upravljanje resursima, diversifikaciju izvora energije, poboljšanje energetske efikasnosti i promociju održivih praksi kako bi se osigurala stabilnost snabdevanja energijom i smanjila zavisnost od jednog izvora energije ili dobavljača.

4.4.9. Ekološka ugroženost

Ekološka ugroženost se odnosi na situaciju u kojoj prirodni ekosistemi, biodiverzitet i okruženje trpe ozbiljne i štetne posledice usled ljudskih aktivnosti, klimatskih promena, zagađenja i drugih faktora. Ova situacija može dovesti do poremećaja ekološke ravnoteže, gubitka vrsta, degradacije prirodnih resursa i ugrožavanja održivosti životne sredine. Ekološka ugroženost proizlazi iz različitih faktora pri čemu zagađenje koje nastaje kao rezultat industrijskog otpada, emisije štetnih gasova, plastika i hemikalije mogu značajno zagađivati vazduh, vodu i zemljište, ugrožavajući životne forme i ekosisteme.

⁶⁹ United Nations Development Programme, Sustainable development goals, Goal 7- AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY.

Povećanje emisija gasova staklene bašte dovodi do globalnog zagrevanja, promene uzoraka padavina i podizanja nivoa mora, što takođe utiče na životnu sredinu. Uništavanje šuma radi poljoprivrede, gradnje infrastrukture, naseljavanja i industrije smanjuje biodiverzitet, povećava eroziju, ugrožava ekosisteme i ometa normalne ekološke procese. Neodgovoran lov i ribolov mogu dovesti do istrebljenja mnogih vrsta, remeteći lanac ishrane i ekološku ravnotežu.

Svaka zemlja oseća ozbiljne efekte klimatskih promena. Gasovi staklene bašte su se povećali za više od 50% od 1990. godine. Globalno zagrevanje uzrokuje trajne promene u klimatskom sistemu koje mogu biti nepopravljive ako se ne deluje. Procenjuje se da su ljudi od 2017. godine izazvali približno 1,0°C globalnog zagrevanja iznad preindustrijskog nivoa. Nivo mora je porastao za oko 20 cm od 1988. godine i predviđa se da će porasti još za 30–122 cm do 2100. godine. Svake godine, klimatske katastrofe uzrokuju stotine milijardi dolara ekonomske štete. Osim toga, ljudski životi su ugroženi, oko 91% geo-fizičkih katastrofa povezanih sa klimom je uzrokovalo smrt 1,3 miliona ljudi i povredilo 4,4 milijarde ljudi između 1998. i 2017.⁷⁰

U univerzalnoj strategiji UN-a (Agenda 2030) navode se ciljevi koje treba ispuniti u cilju zaštite planete do 2030. godine. Neki od tih ciljeva su:

- Ojačati otpornost i sposobnost prilagođavanja na opasnosti vezane za klimu i prirodne katastrofe u svim zemljama
- Integrisati mere klimatskih promena u nacionalne politike, strategije i planiranje
- Poboljšati obrazovanje, podizanje svesti i ljudske i institucionalne kapacitete za ublažavanje klimatskih promena, prilagođavanje, smanjenje uticaja i rano upozoravanje

Sigurno je da rešavanje ekološke ugroženosti zahteva globalnu saradnju, održivo upravljanje resursima, zaštitu prirodnih staništa i smanjenje negativnih ljudskih uticaja na okolinu. Očuvanje ekosistema

⁷⁰ Ibid, Goal 13 – CLIMATE ACTION.

i biodiverziteta ključno je za dugoročno blagostanje planete i svih njenih stanovnika.

4.5. Održivi razvoj svetske privrede

Strateški cilj globalne ekonomije kao nauke jeste stvaranje okvira za postizanje održivog razvoja svetske privrede i efikasno suočavanje s globalnim ekonomskim izazovima.

Održivi razvoj obuhvata ekonomski napredak uz istovremeno očuvanje životne sredine kroz mudro korišćenje obnovljivih prirodnih resursa i tehnološkog progresa. Ovaj koncept temelji se na ideji da moramo maksimalno sačuvati prirodno okruženje kako bi buduće generacije takođe mogle da uživaju u njemu. U savremenom kontekstu, ekonomski razvoj takođe snažno povezujemo s ljudskim pravima i slobodama. Industrijska prava radnika, kao i ljudska prava uopšte, trebaju biti integrisana i unapređivana kako bi se osigurao sveobuhvatan i održiv napredak.

Održivi razvoj se može postići kroz harmonizaciju ekonomske aktivnosti, ekologije i ljudskih prava. Ovaj holistički pristup reflektuje savremene izazove i težnje društva ka prosperitetu uz poštovanje ljudskih vrednosti.

Postizanje održivog razvoja predstavlja veliki izazov za sve zemlje, bez obzira na ekonomski status. Teorijska formulacija institucionalnih i funkcionalnih uslova za održivi razvoj svetske privrede je aspekt koji zahteva pažnju globalne ekonomske zajednice, zajedno sa drugim naučnim disciplinama.

U konačnom smislu, integracija ekonomskog razvoja, ekologije i ljudskih prava predstavlja put ka održivom razvoju koji se mora zajednički osmisliti i ostvariti kako bi se obezbedila budućnost u kojoj blagostanje, prava i životna sredina koegzistiraju u harmoniji.

5. DRUGE EKONOMSKE DISCIPLINE

Unutar ekonomije, postoji niz specijalizovanih grana koje proučavaju različite aspekte ekonomske dinamike i implikacije. Ove oblasti omogućavaju dublje istraživanje ekonomskog života i društva. Svaka disciplina usredsređuje se na specifične aspekte ekonomske analize, doprinoseći raznovrsnom razumevanju ekonomske nauke. Ovo bogatstvo oblasti omogućava dublje istraživanje različitih aspekata ekonomije, od teorije do primene. U nastavku teksta sledi prikaz specijalizovanih grana ekonomije.

5.1. Teorija opšte ravnoteže

Teorija opšte ravnoteže je ključni koncept u ekonomiji koji se koristi za analizu interakcija između različitih ekonomskih komponenata i učesnika. Ova teorija ima za cilj modeliranje složenih odnosa između potražnje, ponude, cene i proizvodnje u celokupnoj ekonomiji.

Predstavlja teorijski okvir koji omogućava razumevanje kako promene u jednom delu ekonomskog sistema mogu uticati na ostale delove sistema. Teorija opšte ravnoteže pruža dublji uvid u način na koji se promene u resursima, tehnologiji, potrošnji ili investicijama odražavaju na celokupno ekonomsko stanje.

Glavna svrha teorije opšte ravnoteže je analiza efekata i interakcija različitih faktora unutar ekonomije kako bi se razumeli međusobni odnosi i implikacije promena. Ova teorija pomaže ekonomistima da identifikuju ravnotežne tačke, analiziraju promene u ceni, količini i distribuciji resursa, i tako razmatraju efekte ekonomske politike i tržišnih poremećaja.

Kroz modeliranje i analizu složenih odnosa između različitih sektora, agenata i resursa, teorija opšte ravnoteže doprinosi razvoju ekonomske teorije i donošenju informisanih ekonomskih odluka.

5.2. Ekonomske discipline

Ekonomske discipline, ili područja istraživanja, predstavljaju specijalizovane discipline unutar šireg polja ekonomske nauke. One se bave analizom ekonomske aktivnosti u određenim industrijama, sektorima ili delatnostima. Svaka ekonomska disciplina zasniva se na razumevanju karakteristika, dinamike i uticaja specifične privredne oblasti. Kao primeri ekonomskih disciplina i njihovih područja izučavanja mogu se navesti:

- Ekonomija industrije koja proučava procese proizvodnje, tržišne strukture i konkurenciju unutar industrijskih sektora. Analizira faktore koji utiču na proizvodnju, troškove, cene i inovacije.
- Agroekonomija se fokusira se na poljoprivrednu proizvodnju, ruralni razvoj, tržište hrane i poljoprivrednu politiku. Istražuje faktore koji utiču na poljoprivredne prihode, trgovinu hranom i održivost ruralnih zajednica.
- Ekonomija saobraćaja koja analizira efikasnost, troškove i tržište transporta i logistike. Proučava uticaj transporta na trgovinu, regionalni razvoj i globalnu povezanost.
- Ekonomija trgovine istražuje trgovinske obrasce, komparativne prednosti, tarife i sporazume o slobodnoj trgovini. Analizira ekonomske efekte trgovine na nacionalne ekonomije.
- Ekonomija turizma proučava turističku industriju, potražnju i ponudu turističkih usluga, ekonomske efekte turizma i održivost turističkih destinacija.
- Ekonomija rada analizira tržište rada, zapošljavanje, nezaposlenost, plate i radne uslove. Istražuje faktore koji utiču na ponudu i tražnju radne snage.
- Državne finansije se fokusiraju na javne prihode, rashode, budžetiranje i poresku politiku. Proučava kako vlade upravljaju javnim sredstvima i utiču na ekonomiju.

- Međunarodna trgovina istražuje trgovinske odnose između zemalja, trgovinske politike i efekte međunarodne trgovine na ekonomske performanse.

Ove discipline omogućavaju ekonomistima da istraže specifične sektore i pruže dublji uvid u karakteristike i dinamiku tih oblasti. Analiza ovih disciplina pomaže razvoju ekonomske teorije, kreiranju politika zasnovanih na informisanosti i razumevanju kako se ekonomske promene odražavaju unutar različitih privrednih segmenata.

5.3. Makroekonomska politika

Makroekonomska politika predstavlja skup mera i akcija koje vlasti (kao što su vlada i centralna banka) preduzimaju kako bi uticale na celokupnu ekonomsku aktivnost i performanse na nivou nacionalne ekonomije. Ova politika se fokusira na regulaciju i upravljanje ključnim agregatima ekonomske aktivnosti, kao što su bruto domaći proizvod (BDP), inflacija, nezaposlenost i nivo kamatnih stopa.

Cilj makroekonomske politike je postizanje stabilnosti i održivog ekonomskog rasta, kako bi se poboljšao standard života građana i očuvala ravnoteža unutar ekonomske zajednice. U suštini, makroekonomska politika se bavi upravljanjem kratkoročnim fluktuacijama i dugoročnim trendovima ekonomske aktivnosti. Makroekonomska politika služi za stimulisanje ekonomskog rasta, borbu protiv inflacije, smanjenje nezaposlenosti, očuvanje finansijske stabilnosti, smanjenje neravnoteže platnog bilansa, socijalnu zaštitu. U suštini, makroekonomska politika ima za cilj upravljanje ključnim ekonomskim indikatorima kako bi se postigla stabilnost, ravnoteža i održivost ekonomske aktivnosti u celini.

5.4. Teorija privrednog razvoja

Teorija privrednog razvoja je oblast ekonomske nauke koja proučava faktore, procese i dinamiku ekonomskog rasta i razvoja društava. Ova teorija se bavi analizom kako se ekonomske aktivnosti

transformišu tokom vremena i kako se postiže dugoročni ekonomski napredak. Teorija privrednog razvoja ima za cilj razumevanje šta doprinosi ekonomskom rastu, kako se mogu ublažiti siromaštvo i nejednakost, i samim tim pruža uvid na solucije koje mogu unaprediti standard života i kvalitet ekonomske strukture.

Osnovna obeležja privrednog razvoja ističu da je razvoj normativan proces usmeren ka ostvarivanju određenih ciljeva. Centralni fokus ovog procesa je postizanje porasta društvenog blagostanja, što uključuje otvaranje novih radnih mesta, povećanje nivoa obrazovanja, kulturno uzdizanje i stalni razvoj svih humanih vrednosti. Paralelno s tim, privredni razvoj podrazumeva i kontinuirani proces demokratizacije. To se postiže oslobađanjem pojedinaca i nacija od zavisnosti, ne samo od drugih ljudi i država, već i od snaga neznanja i nepoštovanja prema sopstvenoj ličnosti. Ove karakteristike zajedno čine integralni deo trajnog procesa ekonomske, društvene i kulturne evolucije.⁷¹

Teorija privrednog razvoja ima za cilj da pruži dublje razumevanje kako ekonomske aktivnosti evoluiraju tokom vremena, kako se postiže održiv ekonomski rast i kako se poboljšava dobrobit društva kao celine. Ova oblast teorije doprinosi informisanijem formiranju politika i strategija koje promovišu dugoročni ekonomski napredak.

5.5. Institucionalna ekonomija

Institucionalna ekonomija je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomskih fenomena kroz prizmu institucija i njihovog uticaja na ekonomske procese. Ova disciplina fokusira se na analizu uloge i uticaja institucija na ponašanje pojedinaca, preduzeća i društva u celini.

Institucije u ekonomiji se odnose na pravila, norme, zakone, običaje i društvene strukture koje oblikuju ekonomske aktivnosti. Ove institucije postavljaju okvir unutar kojeg se odvija proizvodnja,

⁷¹ Rosić, I. (2000). *Rast strukturalne promene, funkcionisanje privrede*. Kraljevo: Komino trade, str. 46.

distribucija i potrošnja dobara i usluga. U sklopu institucionalne ekonomije proučavaju se pitanja kao što su pravna zaštita privatne svojine, uslovi konkurencije, mehanizmi trgovine, regulativa i politike, političke institucije i njihov uticaj na ekonomske rezultate.

Cilj institucionalne ekonomije je razumeti kako institucionalni aranžmani oblikuju ekonomske performanse i kako promene u institucionalnim strukturama mogu uticati na ekonomski rast, razvoj i blagostanje društva.

Ova grana ekonomije takođe istražuje načine na koje ekonomski akteri, poput preduzeća i pojedinaca, reaguju na promene u institucionalnom okruženju i kako njihove odluke oblikuju ekonomske rezultate. Na taj način, institucionalna ekonomija pomaže u razumevanju kompleksnosti ekonomskih sistema i pruža smernice za politiku i reforme koje bi mogle poboljšati ekonomske performanse i društvenu dobrobit.

5.6. Pozitivna ekonomija

Pozitivna ekonomija je grana ekonomije koja se bavi objektivnim proučavanjem ekonomskih fenomena i analizom ekonomskih činjenica i uzročno-posledičnih veza. Ona ima za cilj opisati kako ekonomski sistemi i ekonomski akteri funkcionišu bez donošenja vrednosnih sudova ili preporuka za akciju. U osnovi, pozitivna ekonomija odgovara na pitanje „šta je?“ umesto „šta bi trebalo da bude?“

Kroz pristup pozitivnoj ekonomiji, ekonomisti prikupljaju i analiziraju empirijske podatke kako bi bolje razumeli ekonomske procese, kretanja i ponašanje aktera u ekonomiji. Ovo uključuje istraživanje ekonomske aktivnosti, tržišnih cena, zapošljavanja, inflacije, rasta, globalnih trgovinskih odnosa, potrošačkog ponašanja i mnoge druge ekonomske pojave. Glavna svrha pozitivne ekonomije je razumevanje kako ekonomija funkcionišu u stvarnom svetu, kako donosioci odluka (poput preduzeća, vlada i potrošača) reaguju na različite ekonomske podsticaje i kako različite politike i institucije utiču na ekonomske rezultate. Ovo znanje može biti korisno za donošenje informisanih

odluka, razvoj ekonomske politike, prognoziranje ekonomskih kretanja i razvoj teorija koje bolje objašnjavaju ekonomske pojave.

Važno je naglasiti da pozitivna ekonomija nije usmerena ka tome šta bi trebalo da se radi ili koja politika bi trebalo da se primeni. To je odgovornost normativne ekonomije, koja uključuje donošenje vrednosnih sudova i preporuka za ekonomske politike zasnovane na ciljevima društva. Pozitivna ekonomija pruža osnovne činjenice i analize koje mogu pomoći donosiocima odluka u razumevanju ekonomske stvarnosti i posledica njihovih akcija, dok normativna ekonomija koristi te informacije kako bi predložila željene smernice i ciljeve za ekonomsku politiku.

5.7. Normativna ekonomija

Normativna ekonomija je grana ekonomije koja se bavi vrednosnim sudovima, preporukama i postavljanjem ciljeva za ekonomsku politiku, zasnovano na određenim vrednostima, normama i društvenim preferencijama. U suprotnosti sa pozitivnom ekonomijom, koja objektivno opisuje kako ekonomija funkcioniše, normativna ekonomija se fokusira na kako ekonomija „treba da bude“ u skladu sa društvenim ciljevima.

Ova disciplina pokušava da odgovori na pitanja kao što su: Koje politike i mere bi trebalo primeniti da se poveća zaposlenost, smanji inflacija ili poboljša raspodela dohotka? Kako bi trebalo regulisati tržišta da bi se postigla veća efikasnost i pravičnost? Kako postići održiv ekonomski rast i zaštititi okolinu?

Normativna ekonomija koristi ekonomske teorije, modele i istraživanja iz pozitivne ekonomije kao osnovu, ali uključuje i moralne, etičke i politička razmatranja kako bi identifikovala najbolje pristupe rešavanju ekonomskih problema u skladu sa željenim društvenim ciljevima. Na primeru – Ekonomija i politika minimalne zarade – može se objasniti delovanje pozitivne i normativne ekonomije.

Pozitivna ekonomija će proučiti kako povećanje minimalne zarade utiče na zapošljavanje i ekonomske performanse, analizirajući

dosadašnje iskustvo i istraživanja. Na primer, može se otkriti da povećanje minimalne zarade može dovesti do smanjenja broja radnih mesta u određenim sektorima, posebno u manje konkurentnim preduzećima, zbog povećanja troškova rada, smanjenje profitabilnosti, moguće odluke o investiranju u automatizaciju i tehnologiju kako bi smanjila potrebu za radnom snagom, pri čemu u ovom slučaju dominiraju negativni efekti. Međutim nekim slučajevima, povećanje minimalne zarade može pozitivno uticati na ekonomiju i potrošnju, što može stimulisati zapošljavanje. Pozitivni efekti od povećanja minimalne zarade mogu se sagledati kroz uticaj na radnike sa niskim primanjima, poboljšavajući njihove životne uslove i standard života, povećavajući njihovu kupovnu moć, motivišući ih za rad i lojalnost i obezbeđujući osnovnu ekonomsku sigurnost.

Sa druge strane, normativna ekonomija će uzeti u obzir i socijalne i pravne aspekte. Donosioci politike će morati da odluče da li je prioritet povećanje plata radnika sa niskim primanjima, čak i ako to znači manje radnih mesta u nekim sektorima, ili je prioritet očuvanje radnih mesta, čak i ako to znači da mnogi zaposleni imaju niska primanja. Ovde se uzima u obzir širi kontekst i društveni ciljevi koji utiču na odluke o ekonomskoj politici.

Normativna ekonomija će, dakle, dati preporuke o tome da li treba ili ne treba povećavati minimalnu zaradu, a ako treba, kako to učiniti na način koji zadovoljava društvene ciljeve i pruža najbolje rešenje za ekonomsku politiku. Važno je napomenuti da i ovde postoji nijansiranost i potreba za pažljivim pristupom. Previsoka minimalna zarada može dovesti do negativnih efekata na preduzeća, posebno mala preduzeća koja se suočavaju sa ograničenim resursima. Stoga je važno postići ravnotežu između ciljeva zaštite radnika i održivosti preduzeća, a to se često postiže promišljenom politikom i analizom uticaja povećanja minimalne zarade na različite sektore i društvene grupe.

Zbog toga normativna ekonomija ima zadatak da uravnoteži različite faktore i aspekte kako bi donela preporuke koje najbolje odgovaraju specifičnom kontekstu društva.

Ilustracija odnosa pozitivne i normativne ekonomije može se videti na primeru starih i novih cena lekova. Tvrdnja o visokim troškovima u pozitivnoj ekonomiji predstavlja činjenično stanje, dok su preporuke o subvencionisanju troškova od strane države u normativnoj privredi rezultat ličnih procena i ocena, zasnovanih na subjektivnim saznanjima i osećanjima.⁷²

5.8. Ekonomija blagostanja

Ekonomija blagostanja (eng. welfare economics) je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem dobrobiti pojedinaca i društva, kao i načina na koje ekonomske politike i resursna raspodela mogu uticati na ukupno blagostanje.

Ekonomija blagostanja jeste specifičan vid normativne ekonomije koji se fokusira na procenjivanje i analizu kako ekonomija može efikasnije funkcionisati, kako najbolje alocirati oskudne resurse (faktore proizvodnje) i kako osigurati pravedniju raspodelu dobara i usluga između različitih društvenih grupa. Nastala je kao rezultat kritičkog razmišljanja o nedostacima savremene kapitalističke privrede, kao što su prisutnost monopola, nedovoljna konkurencija i nepravilna raspodela dohotka. Ovi nedostaci mogu dovesti do neefikasnosti u alokaciji resursa i nepravedne raspodele dobara i bogatstva u društvu.

Ekonomija blagostanja ima za cilj da pruži smernice i preporuke za poboljšanje ekonomske politike kako bi se postiglo veće društveno blagostanje. To podrazumeva razmatranje različitih politika i mehanizama za poboljšanje efikasnosti, poput povećanja konkurencije, regulisanja monopola i osiguravanja efikasnije alokacije resursa. Takođe, ekonomija blagostanja istražuje načine kako pravednije raspodeliti dohodak, smanjiti socijalnu nejednakost i obezbediti pristup osnovnim dobrima i uslugama svim slojevima društva. Kroz ovo proučavanje i analizu, ekonomija blagostanja doprinosi razumevanju kako ekonomske politike mogu biti oblikovane kako bi se postiglo optimalno ekonomsko blagostanje za društvo u celini.

⁷² Jednak, J., Rosić, I. (2003). *Ekonomija – osnovi ekonomije, mikroekonomija i makroekonomija*. Beograd: Čigoja štampa, str. 8.

5.9. Nacionalna ekonomija

Nacionalna ekonomija je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomske aktivnosti i procesa unutar jedne zemlje ili nacionalne ekonomije. Ova disciplina analizira kako se resursi koriste, kako se dobra i usluga proizvode, distribuiraju i troše, kao i kako se formira dohodak i bogatstvo unutar države. Nacionalna ekonomija predstavlja analitički okvir za razumevanje ekonomske situacije i kretanja u zemlji, zbog čega ima ključnu ulogu u donošenju ekonomskih politika i odluka na nivou države.

Na osnovu analize ekonomske situacije omogućava se razumevanje ekonomske dinamike unutar zemlje, a samim tim i pružaju smernice i preporuke kako unaprediti ekonomski rast, smanjiti nezaposlenost, kontrolisati inflaciju, povećati konkurentnost i poboljšati ekonomske performanse zemlje.

5.10. Urbana ekonomija

Urbana ekonomija je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomske aktivnosti, procesa i fenomena u urbanim područjima. Ova disciplina se fokusira na ekonomske aspekte urbanizacije, razvoja gradova i uticaja urbanih sredina na ekonomiju.

Nastanak urbane ekonomije datira još od 19. veka, kada su gradovi počeli da rastu i razvijaju se, a industrijska revolucija je podstakla koncentraciju ljudi i ekonomske aktivnosti u urbanoj sredini. Ova ekonomska disciplina postala je sve važnija kako su gradovi postajali ključni centri ekonomske aktivnosti i inovacija. Urbana ekonomija se bavi proučavanjem regionalnog razvoja, tržišta nekretnina, infrastrukture, lokacije preduzeća i dr. Urbana ekonomija ima važnu ulogu u oblikovanju politika i planiranju gradova kako bi se postigao održiv ekonomski razvoj i poboljšao kvalitet života građana. Na osnovu analize urbanih ekonomskih procesa, ova disciplina pruža smernice za efikasno korišćenje resursa, unapređenje infrastrukture, rešavanje urbanih problema i stvaranje održivih i prosperitetnih urbanih sredina.

5.11. Ekonomija ekologije

Ekonomija ekologije (ili ekonomska ekologija) je interdisciplinarna grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomske aktivnosti i njenog uticaja na životnu sredinu. Ona se fokusira na analizu odnosa između ekonomije i ekologije, kako bi se razumelo kako ekonomska aktivnost može biti održiva i u skladu sa zaštitom životne sredine.

Ekonomija ekologije predstavlja pristup koji integriše ekonomske principe i teorije sa znanjem o ekologiji i zaštiti prirode. Ova disciplina proučava kako ekonomske odluke i politike mogu uticati na ekološke resurse, biodiverzitet, klimatske promene i održivost ekosistema. Neki od ključnih koncepta u ekonomiji ekologije uključuju: održivost, zagađenje i ekološke poreze, cirkularne aktivnosti i dr.

Cilj ekonomije ekologije je pronaći ravnotežu između ekonomske aktivnosti i očuvanja životne sredine. Kroz analizu i razumevanje ekoloških uticaja ekonomske aktivnosti, ekonomija ekologije pruža smernice za donošenje politika i odluka koje su održive, štite prirodu i podržavaju dugoročni prosperitet društva. Ova disciplina igra ključnu ulogu u podsticanju svesti o značaju zaštite životne sredine među ekonomistima, donosiocima politika i privrednim subjektima, kako bi se stvorio održiv ekonomski model koji poštuje prirodne resurse i doprinosi zaštiti planete.

5.12. Ekonomija civilnog sektora

Ekonomija civilnog sektora (takođe poznata kao ekonomija neprofitnog sektora ili trećeg sektora) je grana ekonomije koja se bavi proučavanjem ekonomske aktivnosti organizacija koje su nevladine i neprofitne prirode. Ova disciplina analizira ekonomske aspekte organizacija koje deluju u oblastima kao što su humanitarni rad, društvena podrška, obrazovanje, kultura, zaštita životne sredine i slično, a koje nemaju za cilj stvaranje profita kao što je to slučaj kod preduzeća u privatnom sektoru.

Ekonomija civilnog sektora predstavlja pristup koji primenjuje ekonomske teorije i metode za proučavanje i razumevanje organizacija

i institucija u civilnom sektoru. Ove organizacije su obično neprofitne i rade u interesu javnog dobra, često su financirane putem donacija, volonterskog rada ili javnih sredstava. Ova disciplina takođe pomaže u prepoznavanju važne uloge koju civilni sektor ima u društvu, pružanju društvenih usluga, podršci ranjivim grupama i doprinosu javnom interesu.

Pitanja za proveru znanja:

1. Objasniti nastanak i razvoj ekonomije kao nauke.
2. Koje su ključne oblasti koje izučava ekonomija ?
3. Objasnite šta izučava mikroekonomija.
4. Na šta se odnose bazična mikroekonomska pitanja?
5. Na koje načine može biti organizovana privreda zemlje?
6. Objasniti šta izučava makroekonomija.
7. Koji su bazični makroekonomski problemi?
8. Šta je inflacija?
9. Šta je nezaposlenost?
10. Šta označava niska produktivnost?
11. Šta je kamatna stopa?
12. Šta je budžetski deficit?
13. Šta se podrazumeva pod deficitom trgovinskog i platnog bilansa?
14. Objasniti šta izučava globalna ekonomija.
15. Koje su osnovne komponente globalne ekonomije?
16. Objasniti značaj multilateralizma.
17. Šta označavaju multilateralne ekonomske integracije i organizacije?
18. Koji su globalni ekonomski izazovi?
19. Koje ekonomske aktivnosti nisu dozvoljene?
20. Objasniti razliku između pozitivne i normativne ekonomije.

Glava III

– EKONOMSKI METOD

*Budućnost pripada onima koji uče ono
što moraju da nauče, kako bi uradili
ono što moraju da urade.*

DENIS VEITLI

1. EKONOMSKA TEORIJA

Ekonomska teorija je naučna disciplina koja nam pomaže da razumemo ekonomsku stvarnost. Ona koristi modele i pravila kako bismo objasnili ekonomske pojave, istražili njihove uzroke i posledice, te predvideli buduće događaje. Na osnovu ove teorije, ekonomisti donose zaključke o ponašanju ekonomije i predlažu različite politike za poboljšanje ekonomskih uslova.

Ekonomisti razvijaju ekonomsku teoriju analiziranjem uticaja podsticaja na donosiocce ekonomskih odluka. Ekonomska teorija mora proći kroz proces testiranja na realnim događajima. Nakon testiranja, teorija se ili potvrđuje ili zahteva izmene ili se čak odbacuje. Ako se događaji u stvarnom svetu poklapaju s teorijom, kažemo da ta ekonomska teorija ima predvidivu vrednost. S druge strane, teorija koja nije u skladu s podacima u stvarnom svetu mora biti odbačena. Disciplina koja nije podložna testiranju teoretskih odnosa ne može se smatrati naučnom disciplinom. Pošto se ekonomija bavi proučavanjem ponašanja ljudi, koji mogu razmišljati i reagovati na različite načine, ekonomska teorija može se testirati pod određenim uslovima. Ako ljudi u proseku reaguju na promene u ekonomskim uslovima na predvidiv i dosledan način, tada je testiranje moguće. Važno je napomenuti da nije neophodno da svi pojedinci reaguju na isti način; ekonomija se ne bavi predviđanjem

ponašanja specifičnih pojedinaca već se fokusira na opšte ponašanje velikog broja pojedinaca.⁷³

Ekonomska teorija koristi se za izgradnju ekonomskih modela, koji su alati za pojednostavljenje stvarne ekonomske situacije kako bismo bolje razumeli i analizirali ekonomske fenomene. Ti modeli omogućavaju ekonomistima da proučavaju različite scenarije, testiraju svoje ideje i procene kako će različiti faktori uticati na ekonomske promene. Kroz ove modele, ekonomisti dobijaju bolji uvid u funkcionisanje ekonomije i mogu predložiti politike koje će poboljšati ekonomske uslove.

Elementi ekonomske teorije uključuju:

1. Varijable
2. Pretpostavke
3. Hipoteze
4. Verifikacije
5. Predviđanja

Ekonomska teorija je veoma važna jer pomaže da se politike usmere, upravlja ekonomskim kretanjima i stvaranjem strategija koje će poboljšati ekonomiju, osigurati stabilnost i blagostanje.

1.1. Varijabile

Varijable u ekonomiji su merljive količine koje se koriste za prikupljanje podataka i analizu ekonomskih pojava. To su ekonomske veličine koje mogu varirati i imaju različite vrednosti u različitim situacijama. Varijable se koriste za proučavanje veza između različitih ekonomskih faktora i za istraživanje uzroka i posledica ekonomskih promena.

⁷³ Milenović, B. (1998). *Mikroekonomija (teorija i primene)*. Beograd: Fakultet za trgovinu i bankarstvo Univerziteta Braće Karić. Beograd i Niš: Europrojekat, str. 65.

Na primer, analiza cena proizvoda može pomoći preduzećima da odrede optimalnu cenu za maksimizaciju profita. Drugačije rečeno, cena nekog dobra i tražena količina tog dobra su dve ekonomske varijable koje su međusobno povezane. Visina cene može uticati na količinu dobra koje potrošači žele da kupe – kako cena raste, potrošači kupuju manje, a kako cena pada, potrošači kupuju više.

S druge strane, ponuđena količina datog dobra takođe može uticati na visinu njegove cene. Ako je ponuđena količina ograničena, to može dovesti do veće cene dobra. S druge strane, ako je ponuđena količina velika, to može dovesti do niže cene.

Varijable se mogu podeliti na endogene i egzogene varijable.

1.1.1. Endogene varijable

Endogene varijable u ekonomiji su ekonomske veličine koje se analiziraju i proučavaju unutar same ekonomske analize. Promene u endogenim varijablama proizlaze iz unutrašnjih uzroka i veza u okviru ekonomske teorije ili modela koji se ispituje.

Radi boljeg razumevanja značenja endogene varijable, može se uzeti primer proučavanja modela tržišne potražnje za određenim proizvodom. U tom modelu, cena proizvoda i tražena količina tog proizvoda su endogene varijable. Odnos između cene i tražene količine unutar modela omogućava da razumemo kako promene u ceni proizvoda utiču na potražnju za tim proizvodom.

Ako cenu proizvoda snizimo, tražena količina proizvoda obično će se povećati (što se naziva efektom prihoda). S druge strane, ako se cena proizvoda poveća, tražena količina obično će se smanjiti (što se naziva efektom supstitucije).

1.1.2. Egzogene varijabile

Egzogene varijable u ekonomiji su ekonomske veličine koje se ne proučavaju unutar same ekonomske analize, već se smatraju nepromenljivim ili datim u okviru analize. To su faktori koji dolaze izvan modela koji proučavamo, a mi ih uzimamo kao poznate ili fiksne vrednosti.

Ukratko, egzogene varijable su faktori koji dolaze „izvana“ na koje nemamo direktnog uticaja u okviru analize, ali koji mogu imati značajan efekat na ekonomsku situaciju koju proučavamo.

Primer za egzogene varijable može biti proučavanje modela tržišne ponude za određenim proizvodom. U tom modelu, cena proizvodnje i resursi koji su na raspolaganju za proizvodnju tog proizvoda mogu se tretirati kao egzogene varijable. Ove varijable nisu predmet istraživanja unutar modela, već se uzimaju kao poznate vrednosti ili pretpostavke. Ukoliko se pretpostavi da cena sirovina za proizvodnju proizvoda (npr. cena nafte) i troškovi rada ostaju nepromenjeni u okviru analize, ove vrednosti će se smatrati egzogenim varijablama jer ne zavise od tržišnih uslova koji se proučavaju. Međutim, ove vrednosti mogu uticati na tržišnu ponudu jer određuju troškove proizvodnje za proizvođače.

Egzogene varijable često se koriste kako bi se simulirali efekti spoljnih uticaja na ekonomski model i kako bi se sagledali njihovi doprinosi u analizi ekonomskih fenomena.

1.1.3. Funkcije

Funkcije u ekonomiji predstavljaju matematički izraz koji opisuje odnos između različitih ekonomskih varijabli. One omogućavaju kvantitativno modeliranje ekonomskih odnosa i pomažu nam da bolje razumemo kako se jedna ekonomska varijabla menja u odnosu na promene druge varijable.

U matematičkim i ekonomskim terminima, funkcija (function) predstavlja odnos između jedne ili više nezavisnih varijabli (input ili ulaz) i jedne zavisne varijable (output ili izlaz).

Na primer, mesečna zarada najamnog radnika (E) je zavisna varijabla koja zavisi od dve nezavisne varijable: mesečnog broja radnih časova (H) i zarade po času (W), što predstavlja cenu satnice. Ovaj odnos se matematički može izraziti kao funkcija:

$$E = f(H, W)$$

Gde je:

E – mesečna zarada,

H – mesečni broj radnih časova, a

W – zarada po času.

Funkcija f predstavlja odnos između mesečne zarade i ova dva faktora, i može biti bilo koja matematička funkcija koja opisuje tu zavisnost.

Ukoliko želimo da predstavimo funkciju koristeći linearni model, možemo pretpostaviti da je cena satnice (zarada po času) $W = 15$, a mesečni broj radnih časova $H = 160$.

Sada se može izračunati mesečna zarada (E) koristeći ovu funkciju:

$$E = 160 * 15 = 2400$$

Dakle, mesečna zarada rudara (E) u ovom primeru iznosi 2400 dinara.

U ovoj funkciji, koristimo linearni odnos između mesečne zarade i mesečnog broja radnih časova. Ako je zarada po času (W) iznosi 15 novčanih jedinica, a radnik radi 160 radnih časova u mesecu, ukupna mesečna zarada će biti 2400 dinara.

Ovaj pristup omogućava ekonomistima da kvantitativno modeliraju odnose između različitih ekonomskih varijabli i analiziraju kako će se promene u jednoj varijabli odraziti na drugu, što je od suštinskog značaja za donošenje informisanih ekonomskih odluka.

1.1.4. Zavisne i nezavisne varijable

Varijable mogu biti zavisne i nezavisne.

U odnosu na predhodni primer zavisna varijabla je mesečna zarada (označena sa E) jer zavisi od vrednosti nezavisnih varijabli, odnosno mesečnog broja radnih časova (H) i zarade po času (W).

Njena vrednost se menja u skladu sa promenama u ovim nezavisnim varijablama.

Teoretski se mogu kontrolisati vrednosti nezavisnih varijabli, kako bi se uvidelo kako utiču na mesečnu zaradu. Kada se vrednosti nezavisnih varijabli promene, to će uticati na vrednost mesečne zarade. Na primer, ako se poveća mesečni broj radnih časova, mesečna zarada će takođe porasti, jer radnik radi više sati. S druge strane, ako povećamo zaradu po času, to će takođe povećati mesečnu zaradu, jer radnik zarađuje više novca po satu rada.

Ovakva relacija gde se zarada povećava sa povećanjem broja radnih časova i povećanjem cene satnice (ili obratno, ako se radi o smanjenju) predstavlja direktan odnos. Međutim, odnos može biti i inverzan.

Inverzan odnos je odnos u kojem se zavisne i nezavisne varijable menjaju u suprotnom smeru. Za objašnjenje inverznog odnosa mogu se koristiti iste nezavisne varijable: mesečni broj radnih časova (H) i zarada po času (W). Ovde će se razmotriti inverzan odnos između mesečne zarade (E) i zarade po času (W).

U primeru direktnog odnosa jasno je da povećanje zarade po času i povećanje broja radnih časova dovodi do povećanja mesečne zarade. Međutim, u inverznom odnosu pretpostavlja se da povećanje zarade po času (W) zapravo dovodi do smanjenja mesečne zarade (E).

Na primer, u situaciji u kojoj je osoba plaćena veoma visokom satnicom, ali ima ograničen broj radnih časova koje može da obavi tokom meseca. Ako ta osoba dobija visoku zaradu po času (W), ali radi relativno malo sati (niski H), ukupna mesečna zarada (E) može zapravo biti manja nego da je radila više sati po nižoj satnici.

Ovde imamo inverzan odnos jer povećanje zarade po času do-
vodi do smanjenja mesečne zarade, zbog ograničenog broja radnih
časova koje osoba može obaviti. Ovo može biti slučaj u situacijama
gde je osoba plaćena veoma dobro, ali ima ograničene mogućnosti
za rad ili gde postoji neka vrsta umanjena zarade za svaki dodatni
sat rada.

Važno je napomenuti da su direktni i inverzni odnosi koncepti
koji se koriste za opisivanje promena u vrednostima varijabli u odnosu
na promene u drugim varijablama. U stvarnim situacijama, odnosi
mogu biti mnogo složeniji i zavise od različitih faktora.

1.2. Pretpostavke

Pretpostavke imaju ulogu u analiziranju stvarnosti, posebno
u ekonomiji. Dobro postavljene pretpostavke su osnova za tačna
predviđanja i relevantne rezultate istraživanja. Ove pretpostavke su
korisne samo ako odražavaju realnost i nisu u sukobu sa stvarnim
uslovima.

Prilikom kreiranja teorijskih modela u ekonomiji, „*ceteris pari-
bus*“ klauzula ima posebno značenje. Ova klauzula naglašava da se
određeni ekonomski fenomen posmatra izolovano „pod neprome-
njenim drugim okolnostima“. Drugim rečima, analizira se fenomen
u njegovom „čistom“ obliku, pretpostavljajući da su svi drugi faktori
koji bi mogli uticati na taj fenomen konstantni.

Na primer, razmatranje mogućnosti rasta ekonomije jedne zemlje
može se fokusirati na taj rast nezavisno od uticaja međunarodnih
ekonomskih odnosa. Takođe, predviđanje prinosa u poljoprivredi,
kao što su prinosi pšenice i kukuruza, može se temeljiti na analizi
prinosa tih useva uz pretpostavku da su hidrometeorološki uslovi
konstantni, bez obzira na varijacije suše ili obilnih padavina.

Ovakve pretpostavke omogućavaju da se bolje razume specifičan
uticaj jednog faktora, nezavisno od drugih, i omogućavaju jasniju
analizu. Međutim, važno je biti svestan da stvarni svet često uključuje

složene interakcije između različitih faktora, pa stoga „ceteris paribus“ pretpostavke treba koristiti s pažnjom i sa razumevanjem da realnost može biti znatno složenija.

1.3. Hipoteze

Hipoteze u ekonomiji su pretpostavke ili tvrdnje koje se postavljaju kako bi se testirala ili istražila njihova tačnost koristeći stvarne podatke i analize. One igraju ključnu ulogu u istraživanju i analizi ekonomskih pojava, omogućavajući razumevanje uzročno-posledičnih veza i donošenje ispravnih zaključaka. Hipoteze se formulišu na osnovu teorijskih osnova ili prethodnih istraživanja. Na primer, može se postaviti hipoteza da povećanje cena proizvoda dovodi do smanjenja potražnje. Da bi se ova tvrdnja proverila, potrebno je prikupiti stvarne podatke o cenama i količini proizvoda i analizirati da li postoji obrnuta veza između cene i potražnje

Postoje dva glavna tipa hipoteza u ekonomiji: nulta hipoteza i alternativna hipoteza. Nulta hipoteza obično tvrdi da nema značajnog efekta ili veze između promenljivih, dok alternativna hipoteza ukazuje na postojanje takvog efekta ili veze.

Primer: Ukoliko je predmet proučavanja uticaj kamatnih stopa na štednju građana, hipoteza bi mogla biti:

- Nulta hipoteza (H0) – kamatne stope nemaju značajan uticaj na nivo štednje građana.
- Alternativna hipoteza (H1) – povećanje kamatnih stopa dovodi do povećanja nivoa štednje građana.

Sakupljajući i analizirajući ekonomske podatke, može se saznati da li postoje dovoljni dokazi da se odbaci nulta hipoteza i podrži alternativna hipoteza.

Kroz korisnost hipoteza, ekonomska istraživanja postaju strukturisana, omogućavajući razumevanje kako ekonomske promene ili faktori međusobno deluju.

1.4. Verifikacije

Kada se postavi hipoteza, potrebno je videti da li se ono što se tvrdi podudara sa stvarnošću. Verifikacija je način proveravanja da li je postavljena tvrdnja podržana stvarnim podacima ili ne. Ako empirijski podaci potvrde hipotezu, ona je verifikovana. Ako podaci ne podržavaju hipotezu, to može ukazivati na to da je tvrdnja netačna ili da je potrebno dodatno istraživanje.

U suštini, hipoteza i verifikacija čine osnovu naučnog pristupa istraživanju. Postavljanje tačnih i relevantnih hipoteza, zajedno sa ispravnom i preciznom verifikacijom, omogućavaju donošenje informisanih zaključaka i dublje razumevanje prirode ekonomske stvarnosti.

Primer: ukoliko se pretpostavi da je predmet istraživanja uticaj poreskih olakšica na privlačenje stranih investicija, hipoteza bi se mogla postaviti na sledeći način:

- Hipoteza: Poreske olakšice pozitivno utiču na privlačenje stranih investicija.

Potrebno je sakupiti podatke o visini poreskih olakšica i nivou stranih investicija u različitim zemljama tokom određenog vremenskog perioda, nakon čega se vrši analiza prikupljenih podataka koristeći statističke metode. Ukoliko se utvrdi da postoji pozitivna korelacija između visine poreskih olakšica i privlačenja stranih investicija, znači da su empirijski podaci u skladu sa postavljenom hipotezom, i da je hipoteza verifikovana.

Verifikacija je ključna kako bi se osiguralo da ekonomske analize imaju oslonac u stvarnosti i da omogućavaju donošenje pouzdanih ekonomskih zaključaka.

1.5. Predviđanja

Predviđanja su prognoze ili očekivanja o budućim događajima, trendovima ili rezultatima na osnovu raspoloživih informacija, analiza

i modela. U kontekstu ekonomije, predviđanja se koriste kako bi se razumeli mogući ishodi ekonomske aktivnosti, tržišta i ponašanja na osnovu trenutnih i prošlih informacija.

Primer: Predviđanje kretanja cena stanova u budućnosti je moguće ako se analizira tržište nekretnina, pri čemu je potrebno prikupiti podatke o cenama, površinama stanova, lokacijama i drugim relevantnim faktorima. Na osnovu prikupljenih podataka može se razviti ekonometrijski model koji kvantifikuje odnos između tih faktora i cena stanova. Kada model bude razvijen i verifikovan, može se koristiti za predviđanje cena stanova u narednom periodu.

Predviđanja doprinose boljoj pripremi za budućnost i donošenju informisanih odluka. Međutim, važno je napomenuti da su predviđanja uvek povezana sa stepenom nesigurnosti, jer na buduće događaje mogu uticati novi faktori koji nisu uzeti u obzir u modelima.

2. MARGINALNA ANALIZA

Marginalna analiza je koncept iz ekonomske teorije i analize troškova i koristi koji se koristi za donošenje odluka u uslovima ograničenih resursa. Ova analiza pomaže u proceni kako će se promena u proizvodnji, potrošnji ili drugim faktorima odraziti na ukupne troškove i koristi.

Marginalna analiza se oslanja na pojam „margine“, tj. promene u jedinici neke veličine, kao što su dodatno proizvedene jedinice proizvoda, dodatna potrošnja resursa ili dodatna jedinica vremena. Ključni koncepti marginalne analize uključuju:

1. Marginalni trošak (MC): To je dodatni trošak koji nastaje usled proizvodnje jedne dodatne jedinice proizvoda. Izračunava se kao promena ukupnih troškova podeljena sa promenom u količini proizvoda.
2. Marginalna korist (MB): Ovo je dodatna korist koja proizilazi iz konzumacije jedne dodatne jedinice proizvoda. Može se

izračunati kao promena ukupnih koristi podeljena sa promenom u količini potrošenih proizvoda.

Jednostavno rečeno, cilj marginalne analize je postizanje ravnoteže gde će dodatni troškovi biti podjednaki dodatnim koristima, kako bi se postigao maksimalni neto dobitak ili optimalan rezultat. Ova analiza je alat za efikasno donošenje odluka u različitim ekonomskim situacijama.

Za objašnjenje kako se marginalna analiza može primeniti, poslužiće primer vezan za plate i zapošljavanje. Ukoliko vlasnik firme koja se bavi proizvodnjom robe želi da zaposli dodatne radnike, zna da će svaki radnik kog zaposli doprineti povećanju proizvodnje, ali takođe nosi sa sobom dodatne troškove u vidu plate. U ovom scenariju, marginalna analiza može pomoći u donošenju odluke koliko dodatnih radnika treba zaposliti. Ukoliko vlasnik firme ima informacije o tome kako će se ukupna proizvodnja i ukupni troškovi promeniti sa svakim novim radnikom, može izračunati marginalni proizvod i marginalni trošak za svakog dodatnog radnika.

Marginalni proizvod (MP) je dodatna količina proizvoda koja će biti proizvedena sa svakim novim radnikom. Marginalni trošak (MC) je dodatni trošak koji je nastao sa svakim novim radnikom (njegovom platom). Ako je marginalni proizvod veći od marginalnog troška ($MP > MC$), to znači da će svaki dodatni radnik doprineti većem povećanju ukupnih prihoda od ukupnih troškova, što bi značilo da je isplativo zaposliti dodatne radnike. Međutim, ako je marginalni trošak veći od marginalnog proizvoda ($MC > MP$), onda bi zapošljavanje dodatnih radnika donelo veće troškove nego korist.

Na osnovu ove analize, optimalna odluka će biti zapošljavanje dodatnih radnika sve dok je marginalni proizvod veći od marginalnog troška. Kada se ova dva faktora izjednače, to će biti tačka gde se postiže ravnoteža između dodatnih prihoda i troškova.

U marginalnoj analizi je od posebne važnosti praviti razliku između

- marginalnog iznosa koji govori kako će se dodatna jedinica neke aktivnosti odraziti na ukupne troškove ili koristi,
- totalnog iznosa koji daje ukupan pregled svega što smo postigli i
- prosečnog iznosa koji može pomoći da se dobije osećaj o srednjoj vrednosti za svaku jedinicu.

2.1. Marginalni iznos

Marginalni iznos se odnosi na promenu koja nastaje dodavanjem jedne dodatne jedinice neke veličine, kao što su proizvodnja, potrošnja ili zapošljavanje. U kontekstu troškova i koristi, to je dodatni trošak ili korist koja proizilazi iz promene za jedinicu neke aktivnosti. Na primer, marginalni trošak je trošak koji nastaje dodavanjem jednog dodatnog resursa, kao što je dodatni radnik ili dodatna jedinica proizvoda.

Marginalni iznos može se objasniti kroz promenu koja nastaje dodavanjem jedne dodatne jedinice neke veličine. Ukoliko se, na primer, satnica radnika poveća sa 10 na 12 novčanih jedinica, marginalna promena satnice je 2 novčane jedinice. Ovo je dodatni trošak za svaki dodatni radni sat.

Sve što se dodaje ili oduzima od totalnog iznosa neke varijabile je *marginalni iznos* (Marginal amount).

2.2. Totalni iznos

Totalni iznos neke varijable je njena ukupnost, bez obzira na to kako se meri ili izražava. Na primer, ukupni trošak je ukupan iznos koji je potreban za proizvodnju određenog broja jedinica proizvoda. Ukupna korist je ukupna korist koja se ostvaruje kroz potrošnju određene količine dobra ili usluge.

Brojčano izražen totalni iznos vodeći se predhodnim primerom mogao bi se izraziti na sledeći način: Ako radnik radi 40 časova nedeljno, njegova nedeljna zarada se povećava sa 400 na 480 novčanih

jedinica (40 časova * 12 novčanih jedinica). Ovo je ukupan iznos koji je zaradio za datu nedelju.

2.3. Prosečni iznos

Prosečni iznos je odnos između ukupnog iznosa neke veličine i broja jedinica te veličine. Na primer, prosečni trošak je ukupni trošak podeljen sa brojem proizvedenih jedinica proizvoda. Prosečna korist je ukupna korist podeljena sa brojem potrošenih jedinica dobra ili usluge.

Vodeći se predhodnim primerom, prosečna satnica pre povećanja je 10 novčanih jedinica, a prosečna satnica nakon povećanja je 12 novčanih jedinica.

Međutim, ukoliko želimo samo da izračunamo prosečnu promenu plate na osnovu promene satnice, možemo to učiniti na sledeći način. Prosečan iznos promene se računa kao odnos između promene posle i situacije koja je bila pre. U datom primeru, prosečna promena se može izraziti na sledeći način:

$$= \frac{\text{prosečna promena}}{\text{Nedeljna zarada nakon povećanja} - \text{Nedeljna zarada pre povećanja}} \text{ Nedeljna zarada pre povećanja}$$

$$\text{prosečna promena} = \frac{480 - 400}{400} = 0,20$$

To znači da je prosečno povećanje nedeljne zarade sa povećanjem satnice sa 10 novčanih jedinica na 12 novčanih jedinica 0,20, ili 20%.

Iz ovog primera zaključuje se da je marginalni iznos (promena po satu) 2 novčane jedinice, totalni iznos (ukupna promena zarade) iznosi 80 novčanih jedinica, a prosečni iznosi se odnose na prosečne satnice i nedeljne zarade pre i posle povećanja.

3. STATISTIČKA ANALIZA

Statistička analiza obuhvata skup statističkih i matematičko-statističkih metoda i procedura koje se koriste kako bi se proučavale velike količine podataka s ciljem pronalaženja zakonitosti i obrazaca koji se pojavljuju u tim podacima.⁷⁴ Ova analiza omogućava da se bolje razumeju i tumače masovne pojave, čime se omogućava donošenje odluka zasnovanih na dobroj informisanosti ili otkrivanje trendova koji inače ne bi bili očigledni

Jednostavno rečeno, to je proces prikupljanja, organizovanja, interpretacije i zaključivanja iz podataka kako bi se dobili uvidi, otkrili obrasci i donele odluke zasnovane na informisanosti. Ova metoda se široko koristi u mnogim oblastima, uključujući nauku, ekonomiju, sociologiju, medicinu, inženjering i mnoge druge.

Pojednostavljen način funkcionisanja statističke analize mogao bi se prikazati kroz sledeće korake:

1. *Sakupljanje podataka i organizacija podataka* pri čemu je potrebno prikupljene podatke postaviti u jasan redosled koji će omogućiti bolje sagledanje
2. *Vršenje osnovnog pregleda* kroz određivanje proseka (srednje vrednosti), medijane (vrednosti koja je u sredini) ili modusa (najčešće vrednosti), nakon čega se *grafički prikazuju* kako bi se videlo kako podaci izgledaju.
3. *Donošenje zaključaka* na osnovu prikupljenih i izvedenih podataka
4. *Testiranje ideja i predviđanje* su takođe koraci u statističkoj analizi koji se mogu preduzeti na osnovu podataka.

U procesu kreiranja izveštaja ili prezentacije, ključno je da zaključci proizlaze iz temeljne statističke analize prikupljenih podataka. Istraživači formulišu zaključke na osnovu pažljive statističke analize,

⁷⁴ Kuebler, C., Mackie, C. (2006). *Improving Business Statistics Through Interagency Data*. Sharing: Summary of a Workshop, National Research Council, USA, pp. 6.

zadržavajući integritet čak i kada rezultati ne podržavaju prvobitne ideje klijenta ili ne potvrđuju očekivanja. Klijent ima slobodu donošenja odluka na osnovu nalaza, dok očuvanje objektivnosti i doslednosti ostaje ključno za održavanje naučne tačnosti istraživanja.⁷⁵

U naučnoj analizi ekonomskih i drugih fenomena, upotreba osnovnih statističkih instrumenata i pristupa igra ključnu ulogu u sticanju dubljeg uvida, prepoznavanju obrazaca i informisanom donošenju odluka. Ovi alati omogućavaju istraživačima da detaljno analiziraju prikupljene podatke i izvode relevantne zaključke. Nastavak teksta ukazuje na neke od osnovnih statističkih instrumenata i pristupa.

3.1. Statistička tabela

Statistička tabela je strukturirani prikaz podataka koji omogućava organizovanje, pregled i analizu informacija na sistematičan način. Ove tabele se često koriste kako bi se prikazivali numerički podaci i olakšalo upoređivanje, identifikacija uzoraka i izvlačenje zaključaka.

Kroz formatiranje i organizaciju podataka, statističke tabele omogućavaju korisnicima da brzo i lako razumeju informacije i izvuku važne zaključke.⁷⁶

3.2. Grafikon

Grafikoni su snažan alat za komunikaciju i analizu podataka jer omogućavaju brzo prepoznavanje uzoraka i trendova. Grafikon je vizuelni način prikazivanja podataka pomoću grafičkih elemenata kao što su tačke, linije, trake, stubovi ili krive. Grafikoni omogućavaju brzo razumevanje uzoraka, trendova i odnosa između podataka. Oni su efikasan način komunikacije kompleksnih informacija i često se koriste kako bi se vizualizovali rezultati istraživanja, analize ili prezentacije podataka.

⁷⁵ Kris Vest, K. (2004). *Marketing Research*. CLIO, pp. 254.

⁷⁶ Stojković, M. (1995). *Statistika za menadžere*. Subotica: Ekonomski fakultet u Subotici, str. 55.

3.3. Struktura

Struktura statističkog skupa odnosi se na način na koji različiti delovi skupa doprinose celini, a obično se izražava u procentima ili koeficijentima. Kroz ovu analizu može se bolje razumeti kako su različiti elementi raspoređeni unutar celokupnog skupa podataka.

Na primer, ako se posmatra skup podataka koji se sastoji od više kategorija ili delova, struktura omogućava uvid u to koliko svaka od tih kategorija čini ukupnu celinu. Na taj način se mogu identifikovati dominantni delovi, odnosno videti koji delovi čine veći deo skupa, a koji manji. To je korisno za dobijanje uvida u distribuciju podataka i omogućava takođe i da se izvuče zaključak o značaju svake kategorije u odnosu na celinu.

Na kraju, struktura pomaže u vizualizaciji učešća svake komponente u celini, čime se dobija bolji pregled i razumevanje načina na koji su podaci raspoređeni ili razumevanje svojstava koje se proučava.

3.4. Indeksi

Indeksi su numeričke merne vrednosti ili pokazatelji koji se koriste za praćenje promena ili komparaciju između različitih vrednosti tokom vremena, u različitim prostornim uslovima, grupama ili kategorijama. Indeksi omogućavaju da se složeni skupovi podataka sažmu u jednostavne brojeve, olakšavajući razumevanje trendova i uzoraka. Postoje različite vrste indeksa koji se koriste u analizi podataka, a najčešće se koriste:

1. *Bazni indeks (indeks sa stalnom bazom)* – se izračunava tako što se u datoj statističkoj seriji izabere jedna frekvencija (najčešće određeni trenutak ili godina) za bazu. Ostale frekvencije u seriji se potom upoređuju sa ovom bazom. Rezultat se pomnoži sa 100 kako bi se dobio procenat. Baza može biti bilo koja frekvencija u statističkoj seriji i bira se prema potrebama analize.
2. *Lančani indeksi (indeks sa promenljivom bazom)* – se koriste za poređenje trenutnog stanja sa prethodnim periodom,

umesto sa fiksnim trenutkom kao kod baznih indeksa. To omogućava praćenje kontinuiranih promena tokom vremena. Jednostavnije, lančani indeks se računa deljenjem svakog elementa vremenske serije sa prethodnim elementom, a dobijeni rezultat se pomnoži sa 100. Ova vrsta indeksa omogućava praćenje promena relativno prema prethodnom periodu i ističe dinamiku promena tokom vremena.

3. *Skupni indeksi* – indeksi kombinuju više pokazatelja kako bi se dobio ukupan rezultat. Ovi indeksi koriste se da bi se stvorila celokupna slika nekog fenomena ili pojave uzimajući u obzir više faktora. Ovi indeksi se koriste za praćenje raznih fenomena kao što su proizvedene količine dobara, prodaja, uvoz, izvoz, cene, troškovi života, produktivnost i drugi. Oni pružaju celokupan uvid u promene unutar određene kategorije.

Važno je naglasiti da su indeksi moćan alat za analizu podataka jer omogućavaju komparaciju i praćenje promena na strukturisan i standardizovan način. Pomoću indeksa, možemo bolje razumeti trendove, pravce i intenzitet promena u različitim kontekstima.

3.5. Proseci

Statistički skupovi su uvek sastavljeni od različitih elemenata ili obeležja. Što je skup veći, to je teže pratiti sve pojedinačne vrednosti. Da bi se stekao opšti uvid o skupu, često se koriste prosečne vrednosti.

Prosek je srednja vrednost koja se nalazi između najmanje i najveće vrednosti svih elemenata u datom statističkom skupu. Izračunavanje proseka omogućava nam da sumiramo predstavu o celom skupu. Međutim, važno je napomenuti da svako uopštavanje ima svoje ograničenje i može prikriti detalje pojave koja je predmet statističkog posmatranja i istraživanja.

Postoje različiti načini izražavanja proseka ili srednje vrednosti u skupu podataka, pri čemu svaka od mera ima svoje specifične karakteristike i primenu, a odabir zavisi od tipa podataka i ciljeva analize. Najčešće korišćeni su:

- Aritmetička sredina
- Geometrijska sredina
- Harmonijska sredina
- Medijana
- Modus

U nastavku teksta sledi konkretnije objašnjenje ovih mera, pri čemu za ilustraciju različitih mera centralne tendencije poslužiće primer analize mesečne plate zaposlenih u određenoj firmi. Ukoliko se pretpostavi da su plate zaposlenih sledeće:

- Zaposleni 1: 1000€
- Zaposleni 2: 1200€
- Zaposleni 3: 1500€
- Zaposleni 4: 1100€
- Zaposleni 5: 1300€
- Zaposleni 6: 1000€
- Zaposleni 7: 1400€

Mogu se primeniti različite mere centralne tendencije na ove vrednosti kako bi se bolje razumela svaka od mera.

3.5.1. Aritmetička sredina

Aritmetička sredina, često nazivana samo „prosek“, predstavlja sumu svih vrednosti u statističkom skupu podeljenu sa brojem tih vrednosti. Ova srednja vrednost je najčešće korišćena i lako razumljiva metoda za merenje centralne tendencije i predstavlja balans između svih vrednosti u skupu.⁷⁷

Aritmetička sredina na osnovu podataka datih u primeru, može se izračunati tako što se sve plate saberu, a zatim se taj zbir podeli sa ukupnim brojem zaposlenih. U ovom primeru:

⁷⁷ Turjačanin, V., Čekrlija, Đ. (2006). *Osnovne statističke metode i tehnike u SPSS-u*. Banja Luka: Centar za kulturni i socijalni popravak, str. 70.

Aritmetička sredina

$$= \frac{1000 + 1200 + 1500 + 1100 + 1300 + 1000 + 1400}{7}$$

$$\approx 1235.71\text{€}$$

3.5.2. Geometrijska sredina

Geometrijska sredina se izračunava kao koren n-tog stepena proizvoda svih vrednosti u skupu, gde je n broj elemenata. Ova srednja vrednost je posebno korisna za vrednosti koje se međusobno multiplikuju, odnosno za vrednosti koje se međusobno množe, kao što je rast vrednosti tokom perioda npr. kamatne stope ili indeksi rasta. Ova mera se koristi kada je važno razmatrati multiplikativni efekat među vrednostima.

Geometrijska sredina se izračunava tako što se sve plate pomnože, a zatim se izračuna sedmi koren tog proizvoda.⁷⁸ U ovom primeru:

$$\text{Geometrijska sredina} = \sqrt[7]{1000 \cdot 1200 \cdot 1500 \cdot 1100 \cdot 1300 \cdot 1000 \cdot 1400} \approx 1192.51\text{€}$$

3.5.3. Harmonijska sredina

Harmonijska sredina se koristi kada je važno razmotriti recipročne vrednosti i odnos između njih. Izračunava se tako što se broj elemenata podeli sa zbirom recipročnih vrednosti tih elemenata. Ova srednja vrednost je često korišćena za vrednosti koje se recipročno menjaju, kao što su brzine ili stope rasta.⁷⁹

Ova mera se koristi kada je važno razmotriti recipročne vrednosti i odnos između njih. Izračunava se tako što se broj elemenata deli sa zbirom recipročnih vrednosti tih elemenata. Harmonijska

⁷⁸ Bary, G. C. (2010). *Business statistics* (3rd edition). New Delhi: Tata McGraw-Hill Education, pp. 105.

⁷⁹ Šekarić, M. (2010). *Statističke metode*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 27.

sredina je korisna za vrednosti koje su inverzno povezane, kao što su brzine i stope rasta.

U postavljenom primeru, harmonijska sredina se izračunava tako što se broj zaposlenih podeli sa zbirom recipročnih vrednosti plata, odnosno:

Harmonijska sredina

$$= \frac{7}{\frac{1}{1000} + \frac{1}{1200} + \frac{1}{1500} + \frac{1}{1100} + \frac{1}{1300} + \frac{1}{1000} + \frac{1}{1400}}$$

$$\approx 1191.48\text{€}$$

3.5.4. Medijana

Medijana je srednja vrednost koja se nalazi tačno u sredini uređenog skupa podataka. To znači da je polovina vrednosti manja od medijane, a polovina veća. Medijana je posebno korisna kada su podaci skloni ekstremnim vrednostima ili kada imaju asimetričnu raspodelu. Na osnovu podataka iz primera, medijana se određuje tako što se plate sortiraju, a zatim se nalazi srednja vrednost, a to je u ovom primeru iznosi 1100€.

3.5.5. Modus

Modus predstavlja vrednost koja se najčešće pojavljuje u skupu podataka. To je vrednost koja ima najveću frekvenciju ponavljanja. Modus je koristan za identifikaciju najčešćih vrednosti, posebno kod kategoričkih podataka.⁸⁰

Modus u datom primeru biće vrednost plate koja se pojavljuje najčešće. U ovom primeru, plata od 1000€ se pojavljuje dva puta, što je čini modusom.

⁸⁰ Bary, G. C. 2010. Business statistics, 3rd Edition, Tata McGraw-Hill Education, New Delhi, pp. 94.

3.6. Opseg

Opseg je statistička mera koja meri raspon ili razliku između najveće i najmanje vrednosti u datom skupu podataka. Drugim rečima, opseg predstavlja razliku između ekstremnih vrednosti. Ova mera daje osnovnu ideju o varijaciji podataka i koliko se podaci protežu duž celokupnog raspona. Opseg je jednostavan za izračunavanje i pruža brz pregled varijabilnosti u podacima, ali nije tako informativan kao neke druge mere koje uzimaju u obzir sve vrednosti u skupu.

Na primeru koji koristi prodaju kao predmet može se ilustrovati koncept opsega. Ukoliko se pretpostavi da se analizira dnevna prodaja proizvoda tokom poslednjih sedam dana, pri čemu dnevne prodaje u hiljadama novčanih jedinica iznose: 12,18,15,22,10,25,20

Da bi se izračunao opseg prodaje, prvo je potrebno sortirati podatke: 10,12,15,18,20,22,25

Najmanja prodaja je 10 hiljada dolara, a najveća prodaja je 25 hiljada dolara.

Sada se može izračunati opseg koristeći formulu:

$$\text{Opseg} = \text{Najveća prodaja} - \text{Najmanja prodaja} = 25 - 10 = 15$$

Dakle, u ovom primeru, opseg prodaje je 15 hiljada dolara. Ovaj opseg pokazuje razliku između najmanje i najveće prodaje tokom posmatranog perioda i daje ideju o rasponu varijacije u prodaji.

Može se zaključiti da je opseg jednostavna mera disperzije, koja veoma grubo informiše o disperziji numeričkog obeležja.

3.7. Trend

Trend u statističkoj analizi se odnosi na dugoročnu usmerenost ili promenu u vrednostima neke promenljive tokom vremena ili prostora. Identifikovanje trenda može pomoći u razumevanju obrasca ili promene u podacima i može biti korisno u donošenju informisanih odluka.

Može se razlikovati nekoliko tipova trendova:

- *Uzlazni (pozitivan) trend* – kada vrednosti promenljive postepeno rastu tokom vremena i ukazuje na pozitivan razvoj ili povećanje u posmatranoj veličini.
- *Spuštajući (negativan) trend* – kada vrednosti promenljive postepeno opadaju tokom vremena i ukazuje na negativan razvoj ili smanjenje u posmatranoj veličini.
- *Horizontalni trend* – kada vrednosti promenljive ostaju relativno stabilne i ne pokazuju značajne promene tokom vremena ili prostora, što ukazuje na održavanje konstantne ravnoteže.
- *Ciklični trend* – kada se vrednosti promenljive menjaju između periodičnih uspona i padova, što ukazuje na prisustvo cikličnih obrazaca u podacima, koji mogu biti povezani sa sezonskim faktorima ili ekonomskim ciklusima.
- *Slučajan trend* – kada se vrednosti promenljive ponašaju kao nasumična fluktuacija bez jasne usmerenosti ili obrasca.

Identifikovanje trendova zahteva analizu podataka putem metoda kao što su grafikoni, regresione analize, ili koristeći statističke softvere. Razumevanje trendova može biti od suštinskog značaja u donošenju stratejskih odluka, prognoziranju budućih vrednosti i prilagođavanju poslovnih planova.

3.8. Progresije

Progresija je niz brojeva koji su povezani određenim matematičkim pravilom ili obrascem. Ovi nizovi se često koriste za potrebe analiza, kako bi se proučavale određene regularnosti ili trendovi u brojevima. Progresije se takođe koriste u ekonomiji, posebno u analizi finansijskih tokova, kamata i rastućih trendova. Postoje različite vrste progresija, svaka sa naročitim karakteristikama:

1. *Aritmetička progresija (AP)* – u kojoj se svaki naredni broj dobija dodavanjem iste konstante (razlike) prethodnom broju. Na primer: 2, 5, 8, 11, 14 je aritmetička progresija sa razlikom 3.
2. *Geometrijska progresija (GP)* – u kojoj se svaki naredni broj dobija množenjem prethodnog broja istim konstantnim faktorom (količnikom). Na primer: 2, 6, 18, 54 je geometrijska progresija sa faktorom 3.
3. *Harmonijska progresija (HP)* – u kojoj recipročne vrednosti čine aritmetičku progresiju. Na primer: 1, 1/2, 1/3, 1/4 je harmonijska progresija.
4. *Kvadratna progresija* – uključuje kvadrate brojeva kao članove niza. Na primer: 1, 4, 9, 16 je kvadratna progresija.

Ove progresije se koriste u različitim matematičkim i statističkim kontekstima za analizu obrazaca i pravilnosti u brojevima.

4. ANALIZA I SINTEZA

Analiza i sinteza su koncepti u naučnom istraživanju koji se koriste za pristup razumevanju i izgradnji kompleksnih problema. Ovi koncepti čine osnovu za dublje razmatranje i analizu pojave ili fenomena.

Analiza je proces razlaganja složenog problema, pojave ili skupa podataka na manje komponente ili elemente radi dubljeg razumevanja njihovih karakteristika, odnosa i uzroka. Ovaj metod omogućava detaljno ispitivanje svakog dela pojave kako bi se identifikovali ključni elementi i faktori koji doprinose celini.

Sinteza je proces kombinovanja različitih komponenata, informacija ili ideja kako bi se stvorila nova celina ili koncept. Ovaj metod omogućava povezivanje rezultata analize kako bi se dobila šira slika ili rešenje. Sinteza obično ima za cilj stvaranje originalnih zaključaka, modela ili rešenja putem kombinovanja različitih elemenata.

Analiza i sinteza su dva ključna koraka u naučnom istraživanju i često se koriste kao komplementarni pristupi u istraživanju. Analiza pomaže istraživačima da dekonstruišu složene pojave kako bi istražili njihove unutrašnje karakteristike i relacije. Sinteza, s druge strane, pomaže da se spoje različiti delovi analize kako bi se stvorila celovita slika ili rešenje. Ova dva procesa često funkcionišu zajedno kako bi se postiglo sveobuhvatno razumevanje istraživanog fenomena.

5. INDUKCIJA I DEDUKCIJA

Indukcija i dedukcija su dve osnovne metode zaključivanja koje se koriste u naučnom istraživanju i analizi. Ovi koncepti se razlikuju u načinu na koji se izvode zaključci iz pretpostavki ili informacija.

Indukcija je metoda zaključivanja koja se zasniva na izvođenju opštih zaključaka iz konkretnih primera ili specifičnih informacija. Ova metoda se zasniva na pretpostavci da ako nešto važi za nekoliko individualnih slučajeva, onda je verovatno da važi i za celu grupu ili opštu situaciju. Induktivni zaključci nisu nužno apsolutno tačni, već su verovatnoća ili mogućnost da se nešto dogodi.

Na primer, ako istraživač primećuje da svi ljudi koje sreće imaju smeđe oči, može induktivno da zaključi da većina ljudi ima smeđe oči.

Primer indukcije sa aspekta ekonomskog posmatranja može se postaviti tako što se pretpostavlja da se istražuje uticaj povećanja minimalne zarade na zapošljavanje u različitim sektorima. Ukoliko se prilikom proučavanja nekoliko sektora primeti da u većini sektora povećanje minimalne zarade nije dovelo do značajnog smanjenja zapošljavanja, može se, na osnovu ovih pojedinačnih slučajeva, induktivno zaključiti da povećanje minimalne zarade ne uzrokuje dramatično smanjenje zapošljavanja u većini sektora.

Dedukcija je metoda zaključivanja koja se bazira na izvođenju specifičnih zaključaka iz opštih pretpostavki ili pravila. U ekonomskoj analizi deduktivni metod se koristi kako bi se istraživali pojedinačni aspekti neke ekonomske pojave, takođe polazeći od

opštih karakteristika. Ovaj metod podrazumeva logičko izvođenje zaključaka iz pretpostavki koje smatramo istinitim. Na primer, ako imamo opštu pretpostavku da smanjenje kamatnih stopa podstiče investicije, možemo deduktivno zaključiti da će smanjenje kamatnih stopa doprineti rastu investicija. Takođe, još jedan primer u cilju razumevanja deduktivnog načina razumevanja može biti pretpostavka o postojanju ekonomskog modela koji ukazuje na to da povećanje poreza na dohodak dovodi do smanjenja potrošnje građana. Na osnovu takvog teorijskog okvira, deduktivno se zaključuje da ukoliko vlada odluči povećati porez na dohodak, to će verovatno uticati na smanjenje potrošnje građana, što može dalje uticati na ekonomski rast.

Oba metoda dopunjuju jedan drugog, doprinoseći sveobuhvatnijem razumevanju ekonomske realnosti. Ova dva metoda imaju svoju primenu u ekonomiji i imaju svoje mesto u istraživanju i analizi, ali je važno razumeti njihove razlike i ograničenja.

6. KOMPARATIVNI METOD

Komparativni metod je važan koncept u ekonomskoj analizi jer omogućava poređenje različitih ekonomskih faktora, parametara ili sistema kako bi se bolje razumeli njihovi odnosi, efekti i performanse. Ovaj metod se koristi kako bi se identifikovali uzroci i posledice ekonomske aktivnosti, kao i kako bi se donosili ekonomski zaključci zasnovani na informisanosti.

Komparativni metod je važan pristup u ekonomskoj analizi jer omogućava dublje razumevanje ekonomske pojave putem njihovog uporednog ispitivanja u različitim privrednim sredinama. Kroz ovu metodu, istraživači mogu ispitati zašto određene ekonomske situacije ili mere imaju različite efekte u različitim zemljama ili ekonomskim grupacijama. Ukoliko se želi, na primer izvesti ocena o efikasnosti makroekonomske politike i investicionih odluka u dve zemlje, koje su u različitim privrednim situacijama, to je moguće poređenjem efekata investiranja istog iznosa kapitala u različitim zemljama, pri čemu se mogu identifikovati faktori koji doprinose većem povratu ulaganja u određenom okruženju.

U zaključku, komparativni metod je snažan alat u ekonomskoj analizi jer omogućava dublje razumevanje ekonomske dinamike kroz poređenje različitih privrednih sredina. Ovaj metod omogućava da se identifikuju uzroci i efekti ekonomske aktivnosti i mera, kao donošenje informisanih odluka zasnovanih na analizi različitih konteksta i uslova.

7. ISTORIJSKI METOD

Istorijski metod u ekonomskoj analizi se koristi za istraživanje određene ekonomske pojave putem uporednog ispitivanja te iste pojave u prethodnim vremenskim periodima. Ovaj pristup omogućava istraživačima da razumeju promene, uzorke i faktore koji su oblikovali određenu ekonomsku pojavu tokom vremena. Na primer, ovim metodom se istražuje zašto je nivo nezaposlenosti ili inflacije sada viši ili niži u odnosu na nivo od pre 10 ili 20 godina. Kroz analizu ovakvih komparacija, istraživači mogu otkriti promene u ekonomskim uslovima, politikama ili drugim faktorima koji su doprineli razlikama u ekonomskim pojavama između različitih vremenskih perioda. Ovo omogućava dublje razumevanje uzroka i posledica, kao i sagledavanje konteksta u kojem se ekonomske pojave razvijaju.

8. BILANSNI METOD

Bilansni metod je suštinski alat u ekonomskoj analizi koji se primenjuje kako za obračun makroekonomskih agregata (kao što su društveni bruto proizvod, društveni proizvod i nacionalni dohodak), tako i za mikroekonomske agregate (ukupan prihod, dobit i drugi). Ovaj metod se bazira na preciznim knjigovodstvenim i matematičkim tehnikama, uključujući i input-output analizu. On omogućava temeljno posmatranje svake ekonomske vrednosti kroz prizmu ostvarenih prihoda i rashoda, aktive i pasive, dugovanja i potraživanja, uvoza i izvoza, kao i ulaska i izlaska faktora proizvodnje

u ekonomske aktivnosti različitih subjekata – preduzeća, domaćinstava i države u ekonomiji.

Kroz ovaj metod, analitičari se fokusiraju na stvaranje uravnoteženog pogleda na ekonomske tokove. On se oslanja na detaljnu analizu kako prihoda i rashoda, tako i na odnos aktivnih i pasivnih stavki. Ovo omogućava dublje razumevanje kako se ekonomske interakcije odvijaju između različitih sektora i subjekata. Na primer, primenom bilanskog metoda, može se precizno proceniti koliko ulaganje, izvoz, uvoz i drugi faktori doprinose ukupnom ekonomskom rezultatu, omogućavajući donošenje pouzdanih odluka i planiranje budućih koraka.

Bilansni metod ne samo da pomaže u kvantifikaciji ekonomske aktivnosti već i osvetljava njene dublje mehanizme. Kroz analizu aktivnosti različitih subjekata u ekonomiji, ovaj metod omogućava uvid u to kako se resursi koriste, kako prihodi i troškovi utiču na ekonomske rezultate, i kako se promene u jednom sektoru ili aspektu ekonomije odražavaju na druge. Kao takav, bilansni metod služi za razumevanje i analizu ekonomske dinamike na svim nivoima – od mikroekonomskih preduzeća do makroekonomske slike celokupne države.

Pitanja za proveru znanja:

1. U čemu se ogleda cilj ekonomske analize?
2. Šta je ekonomska teorija?
3. Šta su varijable?
4. U čemu se ogleda razlika između pretpostavki i predviđanja?
5. Šta podrazumeva klauzula “ceteris paribus”?
6. Objasniti povezanost hipoteza i verifikacije.
7. Šta je marginalna analiza?
8. Šta je statistička analiza?
9. Šta su indeksi?
10. Šta su proseci?
11. Objasniti koncept analize i sinteze u naučnom istraživanju.
12. Objasniti koncept indukcije i dedukcije u naučnom istraživanju.

Glava IV

– EKONOMSKI SISTEMI –

Institucije, mehanizmi i vlasništvo

Naše ekonomsko znanje nije tako snažno da bi vladalo velikim i kompleksnim ekonomskim sistemima, pa je zbog toga najbolje da se ekonomija prepusti tržištu.

DŽEKSON GRISON

1. OSNOVE EKONOMSKOG SISTEMA

Ekonomski sistem je kompleksan skup institucija, pravila, mehanizama i odnosa koji regulišu kako se resursi društva raspodeljuju, proizvode, razmenjuju i troše radi zadovoljenja ljudskih potreba i želja. Ekonomski sistem nije statičan i može se menjati tokom vremena pod uticajem različitih faktora kao što su: politika, tehnološki napredak, promene u društvu i globalni ekonomski događaji.

U cilju postizanja željenih rezultata, različiti ekonomski sistemi pomoću svojih organizacionih struktura i institucija definišu način na koji se ekonomske aktivnosti sprovode u društvu. Ove institucije podrazumevaju:

- *Upravljanje privrednom aktivnošću kroz ekonomske mehanizme* – što podrazumeva korišćenje različitih mehanizama kao što su tržišta, centralno planiranje ili njihova kombinacija kako bi se regulisala alokacija resursa i proizvodnja dobara i usluga.
- *Dinamiku vlasništva nad resursima* – što se odnosi na prava koja pojedinci, firme ili države imaju nad resursima kao što su zemlja, radna snaga, kapital i sirovine. Način vlasništva značajno utiče na raspodelu dohotka i bogatstva unutar društva.

- *Raspodelu rezultata proizvodnje* – gde se određuje kako će biti podeljeni rezultati proizvodnje, uključujući generisane proizvode i dohodak, među različitim akterima u društvu.

Ove institucije zajedno čine temelje ekonomskog sistema i određuju kako će se ekonomska aktivnost odvijati, kako će se donositi odluke i kako će se ostvariti širi ciljevi društva u vezi s ekonomijom.

1.1. Ekonomski mehanizmi

Ekonomski mehanizmi predstavljaju osnovne strategije organizacije i regulacije privredne aktivnosti unutar društva. Dva glavna mehanizma su *tržište* i *planiranje*, svaki sa svojim specifičnim karakteristikama i funkcijama. Ovi mehanizmi igraju ključnu ulogu u ekonomskim sistemima i oblikuju način na koji se resursi raspodeljuju, proizvodi stvaraju i usluge razmenjuju.

Tržište je dinamički mehanizam gde se roba, usluge i resursi razmenjuju između prodavaca i kupaca. Funkcioniše na principima ponude i potražnje, gde cene i količine dobara odražavaju ravnotežu između ponude i potražnje. Na tržištu se konkurencijom i slobodnim izborom kupaca i prodavaca uspostavlja efikasna alokacija resursa. Kroz tržište se podstiče inovacija, prilagođavanje potrebama potrošača i stvaranje konkurencije koja podstiče efikasnost.

Planiranje je centralizovan mehanizam gde se ekonomske odluke donose na osnovu šireg društvenog plana. U ovom mehanizmu, vlada ili nadležne institucije planiraju i kontrolišu aspekte proizvodnje, raspodele i potrošnje resursa. Centralno planiranje može biti korisno u situacijama gde je potrebna koordinacija većih resursa ili kada je neke ključne sektore važno usmeriti prema specifičnim ciljevima.

U stvarnosti, mnogi ekonomski sistemi koriste kombinaciju tržišnih i planskih elemenata. Ova sinteza se naziva *mešovitim ekonomskim sistemom*. Na primer, većina modernih ekonomija funkcionise kao mešoviti sistem gde tržište igra ključnu ulogu, ali

država takođe može intervenisati kako bi regulisala tržište, pružila javne usluge i podržala određene sektore.

Kao primer koji će ilustrovati kako tržište i planiranje funkcionišu u praksi može poslužiti posmatranje poljoprivredne industrije u mešovitom ekonomskom sistemu.

Na tržištu, farmeri slobodno odlučuju koje useve će gajiti na osnovu tražnje potrošača i cena koje tržište nudi. Kroz konkurenciju među farmerima, cene useva se formiraju prema ravnoteži između ponude i potražnje. Potrošači kupuju proizvode prema svojim potrebama i preferencama.

Međutim, poljoprivreda je ključna za nacionalnu sigurnost hrane. Zbog toga, država sprovodi centralno planiranje u ovom sektoru kako bi osigurala stabilnost snabdevanja hranom. Vlada može postaviti kvote za proizvodnju određenih useva kako bi se osigurala dovoljna količina hrane za sve građane. Ova kombinacija omogućava tržištu da odredi cene useva na osnovu ponude i potražnje, dok vlada kroz planiranje obezbeđuje da osnovne potrebe društva budu zadovoljene. Ovakav pristup može osigurati ekonomsku efikasnost kroz konkurenciju, ali i socijalnu sigurnost putem državne intervencije. Ovaj primer ilustruje kako tržište i planiranje mogu zajedno raditi kako bi se postigao balans između ekonomske efikasnosti i socijalne pravičnosti, karakterističan za mešovite ekonomske sisteme.

U zaključku, ekonomski mehanizmi tržišta i planiranja predstavljaju dva osnovna pristupa organizaciji ekonomske aktivnosti. Dok tržište naglašava slobodnu konkurenciju i samoregulaciju, planiranje fokusira na centralizovanu kontrolu i koordinaciju. Neki od najuspešnijih ekonomskih sistema koriste ravnotežu između ova dva pristupa kako bi postigli optimalnu alokaciju resursa i zadovoljili potrebe društva.

1.2. Vlasništvo

Vlasništvo se odnosi na prava i ovlašćenja koja pojedinac, grupa ili organizacija imaju nad određenim resursima, dobrima ili uslugama. To znači da vlasnik ima kontrolu nad tim resursima i pravo da ih koristi, upravlja njima, raspolaže njima i ostvaruje korist iz njih. Vlasništvo je osnovni koncept u ekonomiji i društvu jer utiče na raspodelu resursa, ekonomske odluke i međusobne odnose među ljudima.

Vlasništvo se razlikuje u zavisnosti od toga ko je vlasnik, na koji način su stekli vlasništvo, i koje su zakonske regulacije u vezi s tim vlasništvom. Dominantni svojinski oblici su:

Individualno vlasništvo i *privatna svojina* često se koriste kao sinonimi i odnose se na isti koncept – pravo pojedinca ili grupe pojedinaca da poseduje, koristi, upravlja i raspolaže određenim resursima ili stvarima. Privatna svojina učestvuje u kreiranju uspešne i dinamične ekonomske sredine. Ova praksa omogućava pojedincima i kompanijama ne samo da poseduju resurse, već i da aktivno upravljaju njima kako bi ostvarili najbolje rezultate. Putem uspostavljanja efikasnog menadžmenta, vlasnici resursa imaju podsticaj da donose dobro promišljene odluke koje se fokusiraju na postizanje profita, što dalje podstiče inovacije i ekonomski rast. Karakteristika privatne svojine je da podstiče odgovorno upravljanje. Pravilno upravljanje resursima vodi ekonomskoj efikasnosti, gde se resursi koriste na način koji generiše optimalne koristi i minimalne troškove. Ovaj pristup često rezultira maksimiziranjem profita, što je esencijalno za održivo i uspešno poslovanje, a samim tim i društveni napredak.

Kolektivno vlasništvo se odnosi na situaciju u kojoj grupa ljudi, organizacija ili zajednica zajedno poseduje određene resurse, dobra ili usluge. Ovo znači da pravo vlasništva pripada kolektivnoj grupi, a ne pojedincu (zadrugarstvo, kooperativa). Kolektivno vlasništvo može imati različite oblike i primene, a u osnovi se temelji na ideji da resursi pripadaju zajednici ili grupi ljudi koji ih koriste i upravljaju njima zajednički. Kolektivno vlasništvo često ima za cilj da prevaziđe nejednakosti i omogući većem broju ljudi pristup resursima i koristima koje oni generišu. Osim toga, ova vrsta vlasništva može

podržavati socijalnu pravdu i održivost, posebno u slučajevima kada je efikasno upravljanje resursima važno za opšti interes.

Važno je napomenuti da upravljanje kolektivnim vlasništvom može biti izazovno, jer zahteva koordinaciju i donošenje odluka od strane grupe. Takođe, pitanja poput raspodele dobiti i odlučivanja mogu biti kompleksna i zahtevaju dobru organizaciju i mehanizme upravljanja.

Državno vlasništvo se odnosi na situaciju u kojoj su resursi, dobra ili usluge u vlasništvu i pod kontrolom države, odnosno javnog sektora. Ovo znači da država ima ovlašćenje nad upravljanjem i raspodelom tih resursa i dobara. Kao primer državnog vlasništva može se navesti kompanija za energetiku, koja poseduje i upravlja elektranama, kao i postrojenjima za proizvodnju električne energije. Ova kompanija je u vlasništvu države i njen cilj je obezbediti stabilno snabdevanje električnom energijom celokupne populacije. Država postavlja politiku i regulacije kako bi osigurala da električna energija bude dostupna po pristupačnim cenama za sve građane. Kompanija ima odgovornost da upravlja resursima efikasno, planira kapacitete, investira u infrastrukturu i odgovara predstavnicima vlade i javnosti.

Državno vlasništvo u ovom primeru omogućava državi da direktno upravlja vitalnom infrastrukturom, obezbedi pristup ključnim resursima za građane i preuzme odgovornost za strateške sektore kao što je energetika. Međutim, takav model takođe može dovesti do pitanja efikasnosti, jer državne kompanije često podležu birokratskim procesima i političkim uticajima.

Socijalno vlasništvo se odnosi na koncept vlasništva gde resursi, dobra ili usluge pripadaju zajednici ili društvu kao celini. Ovde, glavni naglasak je na zajedničkom posedovanju i upravljanju kako bi se postigao širi društveni interes i opšta korist, kao što su škole i bolnice. Kao primer socijalnog vlasništva može se navesti i javna biblioteka, u kojoj građani imaju pristup raznovrsnim knjigama, časopisima i drugim resursima. Ova biblioteka je osnovana kao rezultat inicijative zajednice i finansirana poreskim sredstvima i donacijama. Vlasništvo nad resursima (knjige, časopisi, računari)

pripada celokupnoj zajednici. Svi građani imaju pristup ovoj biblioteci i koriste je za lično obrazovanje, istraživanje i zabavu. Bibliotekom se upravlja putem demokratskih procesa, pri čemu predstavnici zajednice doprinose odlukama o nabavci novih knjiga, organizaciji događaja i radnom vremenu.

Ovakav model socijalnog vlasništva podržava ideju da određeni resursi mogu biti zajednička dobra, a ne samo privatno ili državno vlasništvo. Socijalno vlasništvo često ima za cilj da postigne veću jednakost pristupa i doprinese socijalnoj pravdi.

Različiti oblici vlasništva igraju ključnu ulogu u ekonomskom sistemu, tako što oblikuju raspodelu bogatstva, utiču na motivaciju za proizvodnju i inovacije, kao i na odnose između različitih aktera u društvu.

2. PRIVATIZACIJA

Privatizacija je proces prenosa vlasništva i kontrole nad državnim ili javnim preduzećima, resursima ili aktivama na privatne subjekte ili kompanije. Ovaj proces podrazumeva da se preduzeća ili resursi koji su prethodno bili u vlasništvu države ili javnog sektora prenose u privatne ruke, što znači da privatne kompanije postaju vlasnici, upravljaju njima i odgovorni su za njihovo poslovanje.⁸¹

Privatizacija može uključivati prodaju akcija ili udela u državnim preduzećima na berzi ili direktno investitorima. Takođe, privatizacija može obuhvatati i prodaju imovine, kao što su zemljište, nekretnine ili drugi resursi. Ovaj proces može biti deo šire ekonomske reforme u cilju povećanja konkurencije, povećanja efikasnosti i smanjenja uloge države u privredi.

Razlozi za privatizaciju mogu se ogledati u *poboljšanju efikasnosti* jer se očekuje da privatni sektor može bolje upravljati preduzećima i resursima, povećavajući njihovu produktivnost i efikasnost, zatim *smanjenje fiskalnog tereta* je još jedan razlog koji ide u prilog

⁸¹ Vukotić V. (1993). *Privatizacija*. Beograd: Institut društvenih nauka, str. 4.

privatizaciji jer država može smanjiti troškove održavanja i upravljanja preduzećima koja nisu u njenoj osnovnoj funkciji.

Privatizacija može privući *privatne investitore*, strane ili domaće, koji mogu doneti kapital, tehnologiju i bolji menadžment i *povećati konkurenciju* u privredi, što može dovesti do nižih cena, boljeg kvaliteta i inovacija.

Međutim, privatizacija nosi sa sobom određene izazove. Postoji bojazan da privatne kompanije mogu gledati preduzeća samo kao izvor profita, što može uticati na radna mesta, cene i dostupnost usluga. Zbog toga se proces privatizacije često pažljivo razmatra i prate se njeni uticaji na ekonomiju i društvo.

2.1. Analiza benefita i potencijalnih rizika privatizacije

Nije jednostavno doneti apsolutan sud o privatizaciji, jer praktična primena zavisi od političkih odluka, regulativa i spremnosti za nadgledanje i regulisanje privatnog sektora kako bi se obezbedila ravnoteža između ekonomske efikasnosti i društvenog blagostanja.

Pitanje da li je privatizacija dobra i korisna je kompleksno i može imati različite odgovore u zavisnosti od perspektive i konteksta. U nastavku teksta sledi razmatranje nekoliko argumenata koji se često koriste u debati o privatizaciji.

Privredna praksa je dokazala da privatna svojina i privatna inicijativa omogućavaju pojedincima i preduzetnicima da preuzmu odgovornost za svoje poslovne poduhvate, inoviraju, rizikuju i postignu uspeh. Ovo može dovesti do ekonomske aktivnosti, rasta, stvaranja radnih mesta i poboljšanja životnog standarda.

Međutim, ponekad se privatni sektor fokusira samo na profit i ne uzima u obzir socijalne i ekološke aspekte. Ovo može dovesti do nejednakosti, iskorišćavanja radne snage i negativnih uticaja na životnu sredinu.⁸²

⁸² Prema autoru S. Vukoviću: „Osnovni cilj privatizacije većine državnih i društvenih preduzeća, ne samo kod nas nego i u svetu bez obzira da li se radi o Istoku ili

Takođe još jedan argument koji se navodi u prilog privatizacije je da državna regulacija i planiranje nisu efikasni kao privatna inicijativa i tržišna dinamika. Privatni sektor se može prilagoditi brže promenama, a konkurencija stimuliše efikasnost i inovacije. Kao kontraargument ovoj tvrdnji se navodi to da potpuno odsustvo državne regulacije može dovesti do neodgovornog ponašanja, eksploatacije i negativnih spoljnih efekata.

Isto tako iskustvo mnogih bivših socijalističkih zemalja sugeriše da ograničavanje privatnog sektora i gušenje preduzetničkog duha može dovesti do ekonomske stagnacije i problema.

Konačan utisak o korisnosti privatizacije zavisice od konkretnih okolnosti, pristupa i ciljeva svake zemlje ili situacije. Važno je da se proces privatizacije pažljivo osmišljava, prate njegovi uticaji i preduzimaju odgovarajuće mere kako bi se maksimizirale koristi i minimizirali rizici.

2.2. Modeli privatizacije

Prvi Zakon o privatizaciji u Republici Srbija usvojen je 2001. godine, ali postupci privatizacije za mnoge subjekte nisu išli brzo i rešenja iz tog zakona su postala neprikladna. Zbog toga je bio neophodan novi zakon. On je stupio na snagu 13. avgusta 2014. godine, jer se postojeći postupci nisu mogli završiti efikasno za preko 500 subjekata privatizacije.

Novi Zakon o privatizaciji se fokusira na primenu novih modela samo za održiva preduzeća. Ako je preduzeće ocenjeno kao neodrživo, može biti podnet predlog za stečaj kako bi se brzo rešio njegov status. Mere za pripremu i olakšavanje privatizacije su vezane za uspešnu prodaju kapitala ili dokapitalizaciju, pri čemu se otpis dugova uslovljava uspešnom prodajom kapitala ili dokapitalizacijom.

Zapadu, možemo prvenstveno tražiti u maksimizaciji profita, odnosno u povećanju njegove efikasnosti. Maksimizacija profita dalje omogućava bolju alokaciju resursa, to dovodi do povećanja konkurencije, pa samim tim i do povećanja kvaliteta proizvodnje uz smanjenje troškova proizvodnje“ (Vuković, (1996), str. 17).

Novi zakon je takođe definisao rok do 31. decembra 2015. za sprovođenje privatizacije društvenog kapitala. Na dan stupanja novog zakona na snagu, bilo je 556 preduzeća u postupku privatizacije, od kojih su 161 bila u postupku restrukturiranja. Novim zakonom je ukinut institut restrukturiranja.

Na sajtu Ministarstva privrede, RS mogu se naći podaci o preduzećima koji su u postupku privatizaciju, pri čemu u julu mesecu 2023. godine bilo je ukupno 58 preduzeća u postupku privatizacije, 3 preduzeća sa javnim pozivom u toku i 55 preduzeća u postupku analize i pripreme javnog poziva.⁸³

Modeli privatizacije predstavljaju različite strategije i pristupe koje država može primeniti kako bi prenela vlasništvo i kontrolu nad preduzećima i resursima iz javnog sektora u privatne ruke. Ovi modeli se razlikuju u načinu na koji se realizuje privatizacija, uključujući brzinu, stepen kontrole, učešće stranih investitora i uticaj na ekonomiju i društvo. Analiza i implikacije ovih modela su ključne kako bi se donosile informisane odluke u vezi sa privatizacijom.

Modeli privatizacije su prodaja kapitala, prodaja imovine, strateško partnerstvo i prenos kapitala bez naknade.⁸⁴ Svaki od navedenih modela privatizacije predstavlja specifičan pristup prenošenju vlasništva nad preduzećima ili resursima iz državnog u privatno vlasništvo, a u nastavku sledi pojašnjenje ovih modela:

- *Prodaja kapitala* je model privatizacije čiji je predmet prodaje javni kapital ili društveni kapital koji se privatizuje, akcije, odnosno udeli posle raskida ugovora o prodaji kapitala zaključenog u postupku privatizacije, kao i akcije, odnosno udeli Akcionarskog fonda, kao Fonda za razvoj Republike Srbije i Republičkog fonda za penzijsko i invalidsko osiguranje.⁸⁵ Ovaj model podrazumeva prodaju vlasničkog udela ili akcija

⁸³ *Privatizacija preduzeća*. Republika Srbija, Ministarstvo privrede.

⁸⁴ *Zakon o privatizaciji*. Republika Srbija, Sl. glasnik RS, br. 83/2014, 46/2015, 112/2015 i 20/2016, član 2.

⁸⁵ *Ibid.*

preduzeća privatnim investitorima. Država ili javno preduzeće izdaje deonice na tržištu i privatni investitori ih kupuju. Ovaj model može doprineti povećanju likvidnosti tržišta i privlačniju stranih investicija. Međutim, postoji rizik od koncentracije vlasništva u nekoliko ruku.

- *Prodaja imovine* je model privatizacije kojim se u postupku privatizacije prodaje imovina ili deo imovine subjekta privatizacije i njegovih zavisnih društava; U ovom modelu, fizička imovina preduzeća, kao što su zemljište, zgrade i oprema, se prodaje privatnim kompanijama ili pojedincima. Ovo može biti posebno važno za sektore sa vrednim nekretninama ili prirodnim resursima.
- *Strateško partnerstvo* je model privatizacije kroz institucionalni odnos domaćih ili stranih pravnih lica sa subjektom privatizacije odnosno Republikom Srbijom, koje se sprovodi kroz zajedničko ulaganje putem osnivanja novog privrednog društva ili dokapitalizacijom postojećeg subjekta privatizacije; Ovde se deo vlasništva ili upravljački kontrolni udeo preduzeća prodaje strateškom partneru, često stranoj kompaniji. Ova kompanija obično donosi kapital, tehnologiju, upravljačko znanje ili tržišne veze. Ovo može ubrzati modernizaciju i efikasnost preduzeća, ali država može izgubiti deo kontrole.
- *Prenos kapitala bez naknade* podrazumeva prenos kapitala, pri čemu se taj kapital može dati zaposlenima i strateškom investitoru. *Prenos kapitala bez naknade zaposlenima* je prenos kapitala u subjektu privatizacije sa društvenim kapitalom koji se privatizuje modelom prodaje kapitala, tako što se do 30% kapitala prenosi zaposlenima, bez naknade, u akcijama, odnosno udelima. Prenos kapitala bez naknade podrazumeva davanje vlasničkog udela ili kapitala radnicima ili zaposlenima u preduzećima, što može povećati motivaciju zaposlenih i stvoriti osećaj vlasništva i odgovornosti. Međutim, uspeh ovog modela zavisi od sposobnosti zaposlenih da upravljaju preduzećem. *Prenos kapitala bez naknade strateškom investitoru*

je prenos kapitala investitoru u slučaju pozitivnih rezultata poslovanja, u skladu sa propisima kojima se uređuje podsticaj za investicije, a na osnovu odluke Vlade;

Svaki od ovih modela ima svoje prednosti i nedostatke, a izbor modela će zavisi od ciljeva privatizacije, specifičnih okolnosti zemlje i sektora, kao i željenih ekonomskih i društvenih efekata. Važno je pažljivo razmotriti svaki model i prilagoditi ga kontekstu kako bi se postigla najbolja ravnoteža između ekonomske efikasnosti i društvenih koristi.

2.3. Metodi privatizacije

Metodi privatizacije su različiti pristupi i strategije koje se koriste za prenos vlasništva i kontrole nad preduzećima, resursima ili imovinom iz državnog ili javnog sektora u privatni sektor. Ovi metodi se koriste kako bi se postigli različiti ekonomski i društveni ciljevi, uključujući privlačenje investicija, unapređenje efikasnosti i stimulisanje konkurencije. Postoje mnogi metodi privatizacije koji se koriste širom sveta, pri čemu odabir odgovarajućeg metoda zavisi od ciljeva privatizacije, specifičnih okolnosti zemlje i sektora, kao i željenih ekonomskih i društvenih efekata.

Zakonom o privatizaciji (*Sl. glasnik RS*, br. 83/2014, 46/2015, 112/2015 i 20/2016) uređuju se metodi privatizacije koji se koriste kako bi se omogućila transparentna i otvorena prodaja državnog vlasništva ili akcija preduzeća privatnim investitorima.

Metodi privatizacije su:

- javno prikupljanje ponuda sa javnim nadmetanjem i
- javno prikupljanje ponuda;

Metod javnog prikupljanja ponuda sa javnim nadmetanjem (aukcija) je metod privatizacije za prodaju kapitala i imovine subjekta privatizacije i njegovih zavisnih društava podnošenjem ponuda i javnim nadmetanjem učesnika.

Ovaj metod podrazumeva organizovanje aukcije gde privatni investitori licitiraju za vlasnički udeo ili akcije preduzeća. Postupak se obično odvija na javnom mestu ili putem online platforme. Investitori daju svoje ponude u skladu s uslovima aukcije, uključujući minimalnu cenu i druge parametre.

Postupak se odvija tako što država ili javno preduzeće postavlja vlasnički udeo ili akcije koje želi prodati na aukciju, zatim se investitori registruju i dobijaju informacije o aukciji, uključujući uslove, minimum ponude i rokove. Na dan aukcije, investitori licitiraju javno, povećavajući cenu u svakoj rundi, a aukcija se završava kada se dostigne najviša ponuda ili neki drugi unapred definisani kriterijum.

Metod javnog prikupljanja ponuda je metod privatizacije podnošenjem ponuda za izbor strateškog investitora kao i u postupku prodaje kapitala velikih subjekata privatizacije.

Ovaj metod podrazumeva da investitori podnose pismene ponude za kupovinu vlasničkog udela ili akcija preduzeća. Ponude se tajno otvaraju i analiziraju kako bi se izabrala najbolja ponuda prema unapred definisanim kriterijumima.

Postupak se odvija tako što država, ili javno preduzeće, postavlja na aukciju vlasnički udeo ili akcije koje želi prodati, zatim se investitori registruju i dobijaju informacije o aukciji, uključujući uslove, minimum ponude i rokove. Na dan aukcije, investitori licitiraju javno, povećavajući cenu u svakoj rundi, a aukcija se završava kada se dostigne najviša ponuda ili neki drugi unapred definisani kriterijum.

Oba metoda imaju prednosti i nedostatke. Javno prikupljanje ponuda sa javnim nadmetanjem (aukcija) omogućava transparentnost i konkurenciju, dok javno prikupljanje ponuda omogućava dublju analizu i usmeravanje na kvalitet ponude. Izbor metoda će zavisiti od specifičnih ciljeva privatizacije i okolnosti zemlje.

3. MODELI PROMENE U VLASNIŠTVU I KONTROLI NAD IMOVINOM I INDUSTRIJOM

Pojmovi koji se odnose na promene u vlasništvu i kontroli nad imovinom i industrijom su brojni i neretko mogu dovesti do konfuzije zbog međusobne povezanosti u kontekstu ekonomske i političke evolucije jedne zemlje ili regije.

Pojmovi kao što su nacionalizacija, denacionalizacija i privatizacija su povezani i često se koriste u kontekstu promena u vlasništvu i kontroli nad imovinom ili industrijom. Zbog važnosti upoznavanja sa značenjem ovih pojmova, a takođe i zbog njihove česte međusobne povezanosti i uslovljenosti u nastavku teksta sledi njihovo preciziranje.

Nacionalizacija se odnosi na proces kojim država preuzima privatno vlasništvo ili industrijalizovane sektore kako bi postali javno vlasništvo pod kontrolom vlade ili države. To podrazumeva oduzimanje privatnog vlasništva i prenošenje kontrole i vlasništva nad imovinom na državu. Nacionalizacija može biti usmerena na različite sektore, kao što su rudarstvo, energetika, telekomunikacije, promet i mnogi drugi.

Procesi nacionalizacije koji su se desili kao rezultat ekonomske i političke transformacije Jugoslavije nakon Drugog svetskog rata ostali su duboko urezani u istoriji razvoja zemlje zbog uticaja koji su imali na strukturu vlasništva i ekonomiju zemlje. Proces nacionalizacije u bivšoj Jugoslaviji, gde je država preuzela privatno vlasništvo nad industrijom i imovinom odvijao se u tri faze:⁸⁶

- Prva nacionalizacija (1946): U skladu s Zakonom o nacionalizaciji privatnih privrednih preduzeća, veći deo industrije od nacionalnog i regionalnog značaja, bankarstvo, trgovina, i drugi sektori, prešli su u vlasništvo države (FNRJ).
- Druga nacionalizacija (1948): Zakonom o dopuni Zakona o nacionalizaciji, dodatno je nacionalizirano oko 3.100 preduzeća

⁸⁶ Dašić, D., Džombić, I. (2009). *Uvod u ekonomiju*. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment, str. 128–129.

lokalnog značaja, kao što su rudnici, električne centrale, fabrike, štamparije i druga infrastruktura.

- Treća nacionalizacija (1958): Zakonom o nacionalizaciji namjame zgrade i građevinska zemljišta su postala društveno vlasništvo. Takođe se pitanje povratka oduzete imovine vlasnicima postavilo kao važno pitanje, što je dovelo do koncepta restitucije.

Važno je napomenuti da su ekonomski efekti ovih brzih nacionalizacija na dugi rok bili negativni.

Denacionalizacija je proces suprotan nacionalizaciji. Denacionalizacija je takođe poznata kao restitucija, i podrazumeva proces kojim se vraća privatno vlasništvo nad imovinom ili preduzećima koji su bili nacionalizovani ili oduzeti od vlasnika od strane države ili vlasti. Ovaj proces se obično sprovodi kada se promeni politički režim, ekonomska politika ili kada se prepozna potreba za vraćanjem imovine vlasnicima ili njihovim naslednicima. Denacionalizacija može biti komplikovana, posebno kada prođe mnogo godina od nacionalizacije i kada su dokumenti o vlasništvu nepotpuni ili nedostupni.

Denacionalizacija se često sprovodi putem zakona ili posebnih postupaka, koji definišu pravila i procedure za vraćanje imovine vlasnicima ili davanje adekvatne kompenzacije. Ovaj proces može imati velike društvene, ekonomske i pravne implikacije, uključujući potrebu za utvrđivanjem legitimnosti vlasništva, kompenzacijom za potrošene resurse, kao i potencijalnim konfliktima između trenutnih korisnika imovine i povratnika vlasnika.

Denacionalizacija ima za cilj ispravljanje istorijskih nepravdi i vraćanje vlasnicima ili njihovim naslednicima prava nad imovinom. Međutim, ova tema može biti kompleksna i kontroverzna, posebno u slučajevima kada je imovina promenila vlasnike više puta tokom godina ili kada su korisnici imovine već stvorili vrednost ili investirali u nju tokom perioda nacionalizacije. Ako povratak imovine nije bio moguć, obično se koristilo obeštećenje vlasnika.

Privatizacija kao proces u kontekstu razumevanja privrednih sistema predstavlja prenošenja vlasništva i kontrole nad javnim ili državnim sektorima u ruke privatnih pojedinaca, kompanija ili investitora. Ovaj proces može uključivati prodaju državnih poduzeća ili resursa, kao i liberalizaciju tržišta radi poticanja konkurencije.

Redosled ovih procesa može varirati zavisno od istorijskih okolnosti. Na primer, nacionalizacija može biti prvi korak u uspostavljanju državnog vlasništva nad strateški važnim industrijama, nakon čega može slediti denacionalizacija kad se politička situacija promeni prema tržišnoj ekonomiji. Privatizacija se često sprovodi kao sredstvo za povećanje efikasnosti, podsticanje investicija i stvaranje konkurencije.

4. OBLICI EKONOMSKIH SISTEMA

Ekonomski sistemi su osnovne strukture koje određuju kako će se resursi, poput radne snage, zemljišta, kapitala i sirovina, raspoređivati, kako će se proizvoditi i distribuirati roba i usluge te kako će se donositi odluke vezane za ekonomska pitanja. Razumevanje ovih sistema ključno je za analizu funkcionisanja različitih društava i njihovih ekonomija.

Poznavanje ekonomskih sistema omogućava dublje razumevanje faktora koji oblikuju razvoj društava, utiču na raspodelu bogatstva i utvrđuju ravnotežu između tržišnih sila i uloge države. Bez obzira na to da li je težište na makroekonomskim politikama, razvojnim strategijama ili analizi socijalne pravde, poznavanje različitih oblika ekonomskih sistema pruža osnovu za oblikovanje relevantnih odluka.

U nastavku, sledi detaljnije razmatranje različitih oblika ekonomskih sistema, prateći prirodni tok razvoja ekonomskih sistema od tradicionalnog do modernih oblika.

4.1. Tradicionalna ekonomija

Tradicionalna ekonomija temelji se na dugogodišnjim praksama, običajima i kulturi i može biti značajna u društvima koja se oslanjaju na tradiciju u procesu donošenja osnovnih ekonomskih odluka. Ekonomija koja se bazira na tradicionalnom načinu proizvodnje i raspodele, često rezultira statičnom strukturom i minimalnom promenom.

U savremenim društvima, postoje oblasti proizvodnje dobara i usluga koje funkcionišu izvan standardnih tržišnih mehanizama i planiranja. Ovaj segment ekonomske aktivnosti često se ostvaruje u svrhu zadovoljenja sopstvenih potreba, što se naziva autokonzumom.

Tradicionalna ekonomija se posebno primećuje u ekonomski i industrijski nerazvijenim sredinama koje nisu povezane s glavnim potrošačkim centrima. U ovim okruženjima, proizvođač često istovremeno služi i kao potrošač, stvarajući svoje proizvode ili usluge za lične potrebe.

Slično se dešava i među savremenim poljoprivrednicima, gde porodice koriste sopstvene proizvode za ishranu ili kao inpute za svoje aktivnosti, kao što je korišćenje semena ili hrane za stoku. Isto važi i za zanatlije, čiji proizvodi služe za ličnu ili reprodukciju potrošnju. Ovaj oblik organizacije ekonomskog života poznat je kao tradicionalna privreda. Najjednostavniji oblik tradicionalne privrede je prirodna privreda, koja je bila karakteristična za primitivne zajednice.

Važno je napomenuti da, iako se društva razvijaju i napreduju, principi prirodne privrede nisu potpuno nestali.

Proizvodnja namenjena autokonzumu (prirodna proizvodnja), zajedno sa proizvodnjom namenjenom tržištu, čini integralni deo ukupne proizvodnje i potrošnje u društvu. Tačna procena nivoa i strukture prirodne proizvodnje i potrošnje ima veliki analitički značaj za modernu privredu, posebno prilikom procene ukupnog društvenog proizvoda.

4.2. Komandna ekonomija

Značajnu promenu u odnosu na tradicionalni pristup ima komandna ekonomija u kojoj centralna vlast ima glavnu ulogu u kontroli proizvodnje, raspodele i cena robe i usluga. Ova vrsta ekonomije ima velik uticaj na sve aspekte ekonomske aktivnosti.

Komandna ekonomija predstavlja ekonomski sistem u kojem centralna vlast, obično vlada ili država, donosi sve ključne odluke u vezi sa proizvodnjom, razmenom, raspodelom i potrošnjom dobara i usluga. Tržišne sile su ograničene, a država ima izuzetno veliku ulogu u upravljanju ekonomskim aktivnostima.

Komandna ekonomija, kao organizacijski model, dominirala je u Sovjetskom Savezu (SSSR). Ovaj model je podrazumevao centralizovano upravljanje privredom, uz potpunu eliminaciju tržišta kao primarnog mehanizma alokacije resursa. U nastojanju da „zaštite“ svoje stanovništvo od potencijalnih negativnih uticaja tržišnih sila, anarhije i spontanosti, bivše socijalističke države, predvođene SSSR-om, odabrale su specifičan model ekonomske organizacije društva. Ovaj model se bazirao na izuzetnoj ulozi države, gde je država donosila sve ključne odluke vezane za proizvodnju, razmenu, raspodelu i potrošnju.

Planirajuća državna institucija, poput GOSPLAN-a u SSSR-u, donosila je odluke na makroekonomskom i mikroekonomskom nivou koje su se ticale svih aspekata reprodukcije. Odluke su obuhvatale šta će biti proizvedeno, kako će se proizvoditi, za koga će se proizvoditi, kako će se distribuirati i drugo. Detaljni administrativni propisi, upućeni državnim organima, preduzećima, domaćinstvima i potrošačima, bili su neophodni za realizaciju ovih odluka.

Sve državne ekonomske aktivnosti tretirane su kao jedno veliko preduzeće, a proizvođačke i potrošačke jedinice su delovale bez prave ekonomske autonomije. „Podela rada“ između ovih jedinica uspostavljena je prema normativima postavljenim od strane centralno-planirane državne instance, suprotno stvarnim tržišnim odnosima.

U ovom okruženju, tržište je eliminisano iz organizacije ekonomske aktivnosti i svedeno na jednostavnu „tehniku robne razmene“. Tržišne zakonitosti su marginalizovane, sa ograničenim delovanjem koje je unapred definisano (poput funkcionisanja seljačkih pijaca i slično).

Komandna ekonomija zasnivana na dominaciji državnog vlasništva kao glavnog oblika vlasništva, karakteristična je po tome što se uloga države izuzetno naglašava, često na štetu tržišnih mehanizama. Međutim, ovakva izrazita uloga države u organizaciji ekonomskog života nije bez posledica.

Naime, tokom vremena, fokusiranost na državu kao centralnog aktera u ekonomiji je rezultirala time da je država postala ne samo regulativni organ već i glavni nosilac svih ekonomskih odluka. Ovakva situacija je dovela do institucionalizacije državne intervencije, gde su tržišni zakoni postepeno potiskivani.

Ovaj proces, iako inicijalno sa dobrim namerama, na kraju je izazvao ozbiljne probleme. Ekonomske strukture socijalističkih zemalja počele su da propadaju, a ekonomska stagnacija i poteškoće u efikasnom upravljanju postale su očigledne. To je dovelo do pojave ekonomske pustoši koja je imala duboke društvene i ekonomske implikacije.

U periodu krajem 1980-ih i početkom 1990-ih, gotovo sve socijalističke zemlje suočavale su se sa ozbiljnim ekonomskim krizama unutar svojih sistema, koje su ukazivale na potrebu za značajnim promenama. Kao odgovor na ove izazove, jedini izlaz bio je prelazak sa dotadašnjeg etatističkog pristupa na modele privređivanja zasnovane na tržištu. Ovi tržišni modeli su karakteristični za kapitalistički način proizvodnje.

Na kraju, kroz tekuće promene i transformacije, kapitalistička tržišna ekonomija je dokazala svoju superiornost nad socijalističkom planskom (komandnom) ekonomijom, pružajući veću fleksibilnost, inovacije i potencijal za ekonomski rast.

4.3. Mešovita ekonomija

Mešovita ekonomija je ekonomski sistem koji kombinuje elemente tržišne ekonomije i komandne ekonomije. U ovakvom sistemu, i tržište i država imaju značajnu ulogu u upravljanju ekonomskim aktivnostima, pri čemu svaki od tih faktora doprinosi na svoj način, omogućavajući fleksibilnost i kombinaciju različitih metoda za postizanje ekonomske ravnoteže.

Karakteristike mešovite ekonomije ogledaju se u sledećem:

Mešovite ekonomije *kombinuju privatno i državno vlasništvo* tako što imaju sektore koji su u privatnom vlasništvu, kao i sektore koji su u državnom ili javnom vlasništvu. To omogućava i tržišnu konkurenciju i državnu kontrolu nad ključnim industrijama.

U mešovitoj ekonomiji postoji razvijena *tržišna alokacija i državna intervencija*, pri čemu tržište određuje cene i raspodelu dobara, ali država interveniše tamo gde je to potrebno kako bi se postigla socijalna pravda, zaštitili potrošači ili obezbedila stabilnost ekonomije.

Država uspostavlja *regulaciju tržišta* kako bi osigurala poštnu konkurenciju, sprečila monopolističko ponašanje i zaštitila potrošače. To može uključivati zakone o konkurenciji, zaštitu životne sredine i radnička prava.

Država se angažuje u *socijalnoj zaštiti* i redistribuciji bogatstva kako bi smanjila nejednakost i osigurala osnovne potrebe građana.

Mešovite ekonomije često *podržavaju preduzetništvo* kroz podsticaje, subvencije ili olakšice kako bi podstakle inovacije i ekonomski rast.

Kanada se često navodi kao primer mešovite ekonomije. Iako tržište ima ključnu ulogu u ekonomiji, država pruža univerzalno zdravstveno osiguranje, podršku za siromašne građane i regulaciju različitih sektora kako bi osigurala društvenu pravdu i stabilnost.

4.4. Tranziciona ekonomija

Pre nego što se krene u analizu i objašnjenje tržišne ekonomije treba se upoznati još sa jednim oblikom ekonomskog sistema a to je *tranziciona ekonomija*.

Tranziciona ekonomija se odnosi na ekonomske sisteme zemalja koje prelaze iz komandne ekonomije u tržišnu ekonomiju, što je bilo posebno izraženo kod bivših socijalističkih zemalja koje su prošle kroz ovaj proces, a u nekim proces tranzicije još uvek nije okončan. U ovom procesu, zemlje se suočavaju sa izazovima prilagođavanja novim tržišnim uslovima, privatizacijom i reformama institucija kako bi se postigao održiv ekonomski razvoj.

Tranziciona ekonomija se odnosi na ekonomske sisteme zemalja koje prolaze kroz proces prelaska sa državnog ili društvenog vlasništva na privatno vlasništvo, što čini centralnu tačku tranzicije. Tranziciona ekonomija predstavlja specifičan oblik privrede, gde se napuštaju centralistički i planski ekonomski modeli, ali još nisu potpuno razvijene tržišne strukture. Ovaj proces donosi promene u odnosima prema svojini, tržištu i državnom planu.

Tranzicija je duboko ukorenjen proces koji se ne dešava brzo ili bez izazova. Uvođenje tržišnih principa zahteva demokratizaciju društva, privatizaciju, liberalizaciju tržišta, ekonomske i institucionalne reforme kao i društvene promene. Nekontrolisana primena gotovih modela i nedostatak pažnje prema specifičnostima svake zemlje može izazvati teškoće, a posebno se ističe značaj institucionalnih reformi i vladavine zakona kako bi se postigao uspešan tranzicioni proces. Tranzicija često izaziva jaz između različitih slojeva društva, sa izazovima siromaštva i nejednakosti.

Neke zemlje su, brzim korakom, iskoristivši tranzicione mogućnosti, poboljšale privredni razvoj i sopstveni prosperitet. Sa druge strane, ima i onih drugih, koje pored velikog broja reformi i mera ipak nisu iskoristile benefite tranzicije, već su ostale zarobljene u takozvanoj grupi zemalja u razvoju, koje teško prate svetski razvojni trend. Osnovni razlog zbog čega je tranzicija nepopularna je taj

što je potrebno vreme dok se stari sistem razgradi, a novi izgradi, odnosno dok ne počnu da rade drugačije strukturirana preduzeća, i dok se uposleni ne profilišu za takav drugačiji rad.

Uprkos teškoćama, tranzicija je neizbežna i nužna kako bi se stvorili uslovi za brži ekonomski razvoj i blagostanje. Postizanje većeg životnog standarda za stanovništvo zahteva vreme i održive reforme, uz obazrivu pažnju prema socijalnim aspektima i potrebama najugroženijih slojeva društva.

Napredak u tranziciji donosi sve više zemalja koje postaju deo globalne ekonomije, dok se proces prilagođava različitim brzinama i stepenima.

4.5. Tržišna ekonomija

Tržišna privreda je privredna struktura u kojoj proizvodnja, distribucija i cene dobara i usluga značajno zavise od slobodne konkurencije na tržištu. U tržišnoj ekonomiji, osnovne ekonomske odluke kao što su šta proizvoditi, kako proizvoditi i za koga proizvoditi donose se na osnovu tržišnih mehanizama, gde sile ponude i tražnje igraju ključnu ulogu. Privatno vlasništvo nad resursima preduzećima i imovinom je dominantno, a tržište deluje kao regulator ekonomske aktivnosti.

Tržišna ekonomija se dalje može podeliti na dva glavna tipa:

1. *Otvorena ekonomija* se odnosi na ekonomske sisteme koji su povezani sa svetskim tržištima putem trgovine i investicija. Zemlje sa otvorenom ekonomijom trguju sa drugim zemljama, uvoze i izvoze robu i usluge i privlače strane investicije. Primeri zemalja sa otvorenom ekonomijom su Singapur, Holandija i Kanada.
2. *Zatvorena ekonomija* se odnosi na situaciju u kojoj država ima minimalne ili nikakve veze sa svetskim tržištima. To može biti zbog političkih, ekonomskih ili drugih razloga. U takvoj ekonomiji najveći deo proizvodnje i potrošnje odvija se unutar

granica zemlje, a trgovina sa drugim zemljama je ograničena. Primer zatvorene ekonomije može biti Severna Koreja.

4.6. Nelegalna ekonomija

Na savremenoj svetskoj ekonomskoj i političkoj sceni javlja se fenomen ilegalne ekonomije, koji se u svakodnevnom govoru različito naziva sivom ekonomijom, uličnom ekonomijom, podzemnom ekonomijom, crnom ekonomijom i dr. Ova ilegalna ekonomija obuhvata različite aktivnosti, kao što su trgovina krijumčarenom robom, ilegalno tržište kapitala, trgovina drogom i oružjem i trgovina ljudima. Svim ovim izrazima zajednička je karakteristika da se ilegalna ekonomija ne može precizno pratiti putem standardne statistike. Umesto toga, postoji samo procena ili indikacija opsega ovih aktivnosti. U mnogim zemljama, posebno u onim koje prolaze kroz tranziciju ka tržišnoj ekonomiji, ilegalna ekonomija može dostići preko 50% ukupne privrede.

Svetska mafija i organizovani kriminal često su povezani sa globalnim tokovima ilegalne ekonomije. Ova nezakonita aktivnost je organizovana na složen način, koristeći visoko sofisticirane komercijalne, finansijske i komunikacione poslovne tehnike.

Važno je napomenuti da su informacije o ilegalnoj ekonomiji često praćene nesigurnošću i poteškoćama u prikupljanju preciznih podataka, te se stoga mnoge procene zasnivaju na nepotpunim informacijama. Ipak, borba protiv ilegalne ekonomije ostaje važan izazov za mnoge zemlje i globalne zajednice, jer njene posledice mogu biti ozbiljne, uključujući finansijske gubitke za državu, izbegavanje vladavine prava i veze sa organizovanim kriminalom.

Borba protiv nelegalne ekonomije uključuje jačanje zakonodavstva, poboljšanje kontrola i inspekcija, edukaciju građana o rizicima nelegalnih aktivnosti kao i stvaranje podsticaja za prelazak na legalne i transparentne poslovne modele.

5. EVALUACIJA EKONOMSKIH SISTEMA

Evaluacija ekonomskih sistema je složen proces koji zahteva pažljivo razmatranje i analizu širokog spektra ekonomskih indikatora. Različite metode, modeli i analitički pristupi se koriste za donošenje odluka zasnovanih na informisanosti o tome kako poboljšati ekonomske strategije i politike u cilju postizanja boljeg društvenog blagostanja.

Postoji nekoliko ključnih kriterijuma i metoda za procenu ekonomskih sistema:

- Trenutni životni standard
- Ekonomski rast
- Pravedna raspodela prihoda
- Sigurnost životnog standarda
- Ljudska prava i slobode
- Kvalitet života

Svaki od ovih kriterijuma igra važnu ulogu u evaluaciji ekonomskih sistema, ali često postoji potreba za kompromisima jer različiti kriterijumi ponekad mogu biti u sukobu jedni sa drugima. Kombinacija ovih kriterijuma pomaže u stvaranju sveobuhvatnog okvira za procenu ekonomske efikasnosti i uticaja ekonomskog sistema na društvo.

1. Trenutni životni standard procenjuje trenutni materijalni životni standard građana, uključujući njihovu kupovnu moć, pristup dobrima i uslugama te kvalitetu života.
2. Ekonomski rast kroz evaluaciju ekonomske efikasnosti uključuje analizu brzine rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP) i ostalih ekonomskih pokazatelja. Veći ekonomski rast obično ukazuje na veći potencijal za povećanje životnog standarda.
3. Pravedna raspodela dohotka se odnosi na procenu raspodele dohotka među građanima. Ekonomski sistem koji promovise jednakost dohotka i smanjuje socijalne nejednakosti često se smatra poželjenim.

4. Sigurnost životnog standarda procenjuje kako ekonomski sastav osigurava stabilnost životnog standarda u smislu zaštite od ekonomske nesigurnosti, nezaposlenosti i gubitka dohotka.
5. Ljudska prava i slobode ogledaju se u tome kako ekonomski sastav doprinosi ljudskim pravima, slobodama i društvenoj pravdi. To uključuje pristup osnovnim uslugama, zaštiti radničkih prava i očuvanju ličnih sloboda.
6. Kvalitet života kojim se procenjuje ukupni doživljaj života, uključujući aspekte kao što su obrazovanje, zdravstvena zaštita, kulturne mogućnosti, zaštita okruženja i socijalni odnosi.

5.1. Trenutni životni standard

Trenutni životni standard se odnosi na trenutni nivo materijalnog blagostanja i kvaliteta života pojedinca ili zajednice. Merenje trenutnog životnog standarda obuhvata analizu različitih ekonomskih i socijalnih indikatora koji daju uvid u nivo materijalnog i socijalnog blagostanja.

Najčešći parametri putem kojih se meri trenutni životni standard su:

- Bruto domaći proizvod (BDP) po glavi stanovnika, koji predstavlja ukupnu vrednost dobara i usluga proizvedenih u privredi. Kada se podeli po broju stanovnika, dobija se BDP po glavi stanovnika, koji se često koristi kao pokazatelj relativne ekonomske veličine i materijalnog blagostanja.
- Kupovna moć koja predstavlja meru koliko dobara i usluga pojedinac ili zajednica mogu kupiti za dati iznos novca. Ovo uključuje analizu cena i troškova života.
- Indeks potrošačkih cena meri prosečne promene cena potrošačkih dobara i usluga tokom vremena. Pomaže u praćenju inflacije i njenog uticaja na kupovnu moć.

- Indikatori dostupnosti usluga, uključujući obrazovanje, zdravstvenu zaštitu, stanovanje i druge ključne usluge, analiziraju se dostupnost i kvalitet ovih usluga kako bi se dobila slika životnog standarda.

Ovo su samo neki od indikatora koji pokazuju različite aspekte i pristupe merenju trenutnog životnog standarda. Važno je napomenuti da se različiti indikatori mogu koristiti zajedno kako bi se dobio sveobuhvatniji pogled na materijalno i socijalno blagostanje u određenoj zajednici.

5.2. Ekonomski rast

Ekonomski rast predstavlja povećanje ukupnog privrednog proizvoda (bruto domaći proizvod, BDP) ili bruto nacionalnog proizvoda (BNP) neke zemlje tokom određenog vremenskog perioda. To znači da je proizvodnja dobara i usluga unutar privrede u porastu, što može ukazivati na veći obim privredne aktivnosti.

Merenje privrednog rasta obično se vrši upoređivanjem BDP ili GNP između različitih vremenskih perioda. Ovi indikatori se mogu dalje analizirati kako bi se utvrdilo koji sektori ili industrije najviše doprinose rastu, kako utiču na životni standard građana i koje politike i faktori podržavaju ovaj rast.

Da bi privredni sistem bio efikasan, potrebno je ne samo apsorbovati i primenjivati naučna i tehničko-tehnološka dostignuća, već i podsticati razvoj u ovim oblastima.

Ekonomski rast je ključan za razvoj zemlje i poboljšanje životnog standarda građana, ali treba da bude i održiv kako bi se izbegle negativne posledice kao što su prekomerno iscrpljivanje resursa ili nepoželjan uticaj na životnu sredinu. Korišćenje prirodnih resursa i dobara treba da se odvija na način koji ne ugrožava buduće generacije.

Efikasan ekonomski sistem, stoga, treba da uravnoteži potrebu za ekonomskim rastom sa odgovornošću prema životnoj sredini i

budućim generacijama. Time se obezbeđuje dugoročno povećanje životnog standarda i održivi razvoj.

5.3. Pravedna raspodela prihoda

Pravedna raspodela dohotka se odnosi na način na koji se prihodi raspodeljuju među članovima društva. Ovaj koncept ima za cilj da osigura da svi pojedinci imaju pristojan životni standard i da se izbegnu velike društvene nejednakosti. Glavni cilj pravedne raspodele prihoda je da se obezbedi ravnoteža između ekonomske efikasnosti i socijalne pravde.

Pravednost i pravičnost u raspodeli prihoda na nivou preduzeća i društva predstavljaju snažan podsticaj bržeg privrednog rasta. Međutim, u realnosti društva i privrede postoji određena mera nepravednosti u raspodeli prihoda, bilo na individualnom ili na organizacionom nivou. Tržište ima svoje mehanizme distribucije koji nisu nužno povezani sa individualnim doprinosom pojedinca ili kompanije.

Poreska politika države može uticati i na ekonomski položaj preduzeća i zaposlenih, stvarajući povoljnije ili nepovoljnije uslove u raspodeli raspoloživih prihoda. Kao moguće rešenje ovog sukoba između pravičnosti i nepravičnosti, nudi se princip jednakosti u raspodeli prihoda.

Pravedna raspodela prihoda nije samo pitanje ekonomske pravde, već i element društvene stabilnosti i socijalnog mira. Iako ne postoji univerzalni model pravične raspodele prihoda, različiti pristupi se mogu kombinovati da bi se postigao cilj ravnoteže i održive društvene dinamike.

5.4. Sigurnost životnog standarda

Sigurnost životnog standarda se odnosi na stalnu stabilnost i predvidljivost materijalnog blagostanja pojedinca ili zajednice tokom određenog vremenskog perioda. Ovaj koncept ima duboko

ukorenjen cilj: da obezbedi ljudima sposobnost da održe osnovne potrebe i kvalitet života bez naglih fluktuacija ili rizika.

Ova sigurnost ima ključni uticaj na stabilnost i samopouzdanje kako društva tako i pojedinaca. To ljudima daje osećaj zaštite i osnažuje ih da planiraju i ostvare svoje ciljeve. U kontekstu ekonomske politike, mere koje imaju za cilj da obezbede sigurnost životnog standarda često pozitivno utiču na jačanje veza unutar društva i stabilnost privrede.

Socijalna sigurnost postaje ključna karakteristika svakog ekonomskog sistema. Ekonomska neizvesnost, ciklična kretanja u privredi (kao što su brza otpuštanja tokom recesije), nestabilna inflacija i druge pojave mogu stvoriti nemir i nesigurnost kod ljudi, što negativno utiče na njihovu motivaciju za rad.

Osiguravajući stabilan životni standard i smanjujući ekonomsku nesigurnost, društva stvaraju pozitivnu atmosferu koja podstiče produktivnost, kreativnost i motivaciju za rad.

5.5. Ljudska prava i slobode

Ljudska prava i slobode su osnovni principi društva koji obezbeđuju dostojanstvo, slobodu i jednakost svim pojedincima. Ovi principi se odnose na prava i slobode svojstvene svim ljudima, bez obzira na njihovu rasu, veru, nacionalnost, pol ili bilo koji drugi lični faktor. Oni obezbeđuju zaštitu od zlostavljanja, diskriminacije i nasilja i omogućavaju svima da žive dostojanstveno i slobodno. Ljudska prava obuhvataju niz prava i sloboda, uključujući: pravo na život i bezbednost, pravo na slobodu izražavanja, pravo na jednakost i nediskriminaciju u obrazovanju i kulturi, pravo na rad i pristojne uslove rada, pravo na pravdu i pravično suđenje i dr.

Ljudska prava su univerzalna, nedeljiva i međusobno povezana. To znači da su sva prava podjednako važna i da se ne mogu izolovati ili zanemariti. Promocija i zaštita ljudskih prava doprinosi stvaranju pravednog, slobodnog i inkluzivnog društva. Organizacije kao što

su Ujedinjene nacije (UN)⁸⁷ i mnogi međunarodni sporazumi posvećeni su zaštiti ljudskih prava i sloboda širom sveta.

6. DRUŠTVENI SISTEM

Društveni sistem se odnosi na organizovanu strukturu, norme, vrednosti i institucije koje oblikuju način života i međusobne odnose u društvu. Ovaj koncept obuhvata pravni, politički, ekonomski i društveni okvir koji utiče na način na koji se resursi koriste, donose odluke i kako je društvo organizovano. Proizvodni kapacitet svakog društva zavisi od karakteristika njegovog društvenog, pravnog, političkog i ekonomskog sistema. Različiti društveni sistemi imaju različite uticaje na upravljanje resursima, raspodelu prihoda, pristup obrazovanju i zdravstvenoj zaštiti i način na koji se donose odluke. Zavisno od načina na koji je organizovana vlast, politički procesi i mere u kojoj građani učestvuju u donošenju odluka, društveni sistem se generalno može klasifikovati u dva osnovna tipa: demokratski i autokratski (autoritarni).

Demokratski društveni sistemi, koje vlasti zasnivaju na volji građana, pružaju stabilan okvir za ekonomske aktivnosti i razvoj. Otvorena demokratska društva podstiču dijalog, slobodnu razmenu ideja i transparentnost, što često dovodi do boljeg iskorišćavanja prednosti globalizacije i postizanja održivog razvoja i povećanja životnog standarda. Ovakvi sistemi omogućavaju demokratske procese, slobodu preduzetništva, privatnu inicijativu, tržišnu etiku, konkurenciju i inovacije, što podstiče ekonomski napredak.

Totalitarni i autoritarni režimi, s druge strane, često se oslanjaju na kontrolu i suzbijanje slobode i demokratije. Često održavaju strah od slobode i otvorenog društva kako bi održali svoju moć. Međutim, takvi sistemi često ne uspevaju da iskoriste puni potencijal ekonomske i društvene dinamike.

⁸⁷ Vidi više na <https://www.ohchr.org/en>, United Nations Human Rights, Office of the high commissioner, Human Rights 75, Freedom, Equality and justice for all.

Društveni sistem ima ulogu u oblikovanju ekonomske aktivnosti, političke stabilnosti i društvenog napretka. Slobodna, demokratska i otvorena društva teže da postižu bolje ekonomske rezultate i obezbeđuju viši životni standard svojih građana, dok autoritarni režimi često ograničavaju ove potencijale.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta je ekonomski sistem?
2. Šta se podrazumeva pod ekonomskim mehanizmima?
3. Objasniti različite oblike vlasništva.
4. Objasniti proces privatizacije.
5. Objasniti modele promene u vlasništvu i kontroli nad imovinom i industrijom.
6. U čemu se ogleda značaj privatne svojine i privatne inicijative?
7. Objasniti najznačajnije oblike ekonomskih sistema.
8. Šta označava “otvorena” a šta “zatvorena” ekonomija?
9. Šta označava nelegalna ekonomija?
10. Objasniti proces evaluacije ekonomskih sistema.
11. Šta predstavljaju demokratski društveni sistemi?
12. Šta predstavljaju totalitarni i autoritarni režimi?

Glava V – TRŽIŠNA MORFOLOGIJA

Vaš cilj je da tragate za tržištem na kom možete da budete najbolji i na kome ćete ostvarivati najbolju poziciju.

FILIP KOTLER

1. POJAM TRŽIŠTA

Tržište se definiše kao složen mehanizam na kome se susreću ponuda i tražnja radi razmene dobara i usluga. To je mesto gde se odvijaju transakcije između prodavaca i kupaca. Da bi došlo do ove razmene, roba ili usluge koje se razmenjuju moraju imati određenu vrednost, koja se izražava cenom. Novac se koristi kao sredstvo razmene, a cene se formiraju prema odnosu ponude i tražnje.

Nastanak tržišta nije vezan za određeni trenutak, već za evolutivni proces koji prati razvoj ljudske civilizacije. Trgovina i razmena dobara postojali su čak i u drevnim civilizacijama kao što su sumerska civilizacija, Egipat i Rim. U srednjem veku razvoj trgovačkih gradova, sajmova i karavana dodatno je uobličio koncept tržišta. Industrijska revolucija je ubrzala razvoj tržišta kroz rast proizvodnje i globalne trgovine, dok je tehnološki napredak stvorio digitalne platforme za globalnu razmenu.

Tržište je neophodno za funkcionisanje modernih ekonomija i društava. To je mesto gde se susreću ponuda i tražnja, gde se formiraju cene i gde se formiraju ekonomski odnosi. Tržište nije samo fizičko mesto, već i virtuelno okruženje gde se transakcije oblikuju i menjaju širom sveta.

Značaj tržišta se ogleda u njegovoj ulozi u podsticanju ekonomskog razvoja. Tržište podstiče konkurenciju među proizvođačima,

podstičući inovacije i poboljšanja proizvoda. Takođe, tržište omogućava ljudima da razmenjuju dobra i usluge koje nemaju, što doprinosi zadovoljavanju različitih potreba. Uvođenjem novca kao sredstva razmene, tržište je postalo efikasno sredstvo za olakšavanje trgovine. U savremenim uslovima, tehnološki napredak je omogućio globalnu povezanost i onlajn trgovinu, što je tržište proširilo na globalni nivo. Regulatorna, institucije i politički faktori igraju ulogu u oblikovanju tržišnih uslova. Moderno tržište odražava evoluciju društva, tehnologije i ekonomske misli, pružajući okvir za ekonomsku razmenu i razvoj.

Na kraju krajeva, tržište je srž ekonomske interakcije i razmene. Njegov razvoj i prilagođavanje kroz istoriju pokazuje njegovu vitalnu ulogu u oblikovanju ekonomija i društava širom sveta.

2. EVOLUTIVNI PUT TRŽIŠTA

Tržište, kao fundamentalna institucija ekonomske interakcije, prošlo je značajan put razvoja kroz istoriju. Njegova priča započinje u drevnim vremenima, kada su ljudi prvi put shvatili da međusobna razmena dobara i usluga može biti ključna za zadovoljenje svojih različitih potreba. Tokom evolucije ljudskih društava, tržište je doživelo transformaciju od primitivne naturalne razmene do organizovane trgovine roba i usluga.

U nastavku teksta pažnja će biti usmerena na dva osnovna oblika privrede koji su oblikovali razvoj tržišta: naturalni i robni oblik. Kroz analizu ovih oblika, upoznaćemo se kako su se društva razvijala u skladu s potrebama razmene i trgovine i kako su ovi oblici uticali na koncept tržišta kakav poznajemo danas.

2.1. Naturalni oblik privrede

U svojim najranijim danima, ljudska društva su se razvijala u skladu sa prirodnim okruženjem u kojem su živeli. U ovom primitivnom okruženju privredna delatnost se zasnivala na zadovoljavanju

osnovnih potreba preživljavanja, kao što su sakupljanje voća, lov, ribolov i jednostavna poljoprivreda. Ovi koraci u ekonomiji označili su početak onoga što će kasnije evoluirati u koncept tržišta.

U prirodnom obliku privrede, ljudi se bave direktnom razmenom dobara i usluga, obično unutar malih zajednica. Razmena je bila vođena sa ciljem da se zadovolje osnovne potrebe, a sredstva razmene bila su upravo ona dobra koja su proizvodili, što znači da su ljudi u isto vreme bili i proizvođači i potrošači (autokonzum). Ovaj oblik razmene se često zasnivao na uzajamnoj pomoći unutar zajednice. Pijaca kao deo tržišta u to vreme nije bila organizovana kako je danas poznajemo. Umesto toga, postojala je prirodna razmena dobara između pojedinaca i grupa, gde je svaki učesnik doprineo svim resursima koje je posedovao ili mogao proizvesti. Važno je napomenuti da je u ovom obliku privrede razmena bila ograničena obimom resursa i potrebama lokalne zajednice.

Iako se prirodni oblik privrede razvijao u kontekstu primitivnih sredina, njegove osnovne karakteristike, kao što su razmena dobara i potreba za zadovoljenjem osnovnih životnih potreba, postavile su temelje za kasniji razvoj tržišta. Transformacija ekonomske interakcije sa uzajamne pomoći na složenije oblike razmene dobara i usluga kasnije će oblikovati evoluciju tržišta ka organizovanijim konceptima kao što su robna razmena i trgovina novcem. U nastavku ćemo posebnu pažnju posvetiti ovoj evoluciji privrede od prirodnog do robnog oblika.

2.2. Robni oblik privrede

Dok se prirodni oblik privrede razvijao unutar primitivnih zajednica, sa razvojem civilizacije razvile su se složenije društvene strukture i potreba za proširenom razmenom dobara i usluga. Ovaj razvoj je doveo do pojave robnog oblika privrede, što je predstavljalo korak ka modernom konceptu tržišta.

U robnoj formi privrede razmena dobara je postala organizovanija i strukturisanija. Trgovina je počela da dobija na značaju, a privredna

aktivnost se proširila i van lokalnih zajednica. Važan element ovog oblika bio je razvoj specijalizacije – pojedinci ili grupe su počeli da se fokusiraju na proizvodnju određenih dobara ili usluga koje su imale veću vrednost za druge.

U elementarnom obliku tržišne privrede, trampa (barter) je imao važnu ulogu u razmeni dobara. Učesnici bi svoje proizvode razmenjivali direktno, bez posredovanja novca. Ova direktna razmena je omogućila ljudima da zadovolje svoje potrebe razmenom onoga što su imali u višku, za ono što im je nedostajalo. Trampa kao primitivan oblik robne razmene pojavio se kao prelazna faza u razvoju trgovine robom i uslugama, prelazeći od nerazvijene prirodne privrede ka razvijenijoj tržišnoj privredi. U kontekstu direktne razmene, bilo je teško uporediti različita dobra u smislu njihove vrednosti. To je usporavalo proces razmene, usložnjavalo vezu između proizvođača i potrošača i predstavljalo izazov za efikasan promet robe. I ako je trampa bila primitivni oblik razmene, imala je značajnu ulogu u evoluciji tržišta. Ukazala je na potrebu stvaranja univerzalnog sredstva razmene, kako bi se prevazišli svi nedostaci trampe kao što je nepostojanje organizovane razmene, nemogućnost upoređivanja i procene vrednosti različite robe, asimetričnost informacija i komplikovano usklađivanje želja i potreba različitih učesnika u barteru. Prevazilaženjem svih ovih problema bartera, nastaje tržište kao mesto na kome su se susrele ponuda i tražnja na osnovu određenih cena i vrednosti.

2.2.1. Robni oblik privrede kao temelj nastanka i razvoja novca

Značajnu ulogu u pokretanju nastanka novca imao je robni oblik privrede, koji je doneo organizovaniju trgovinu i razmenu dobara. Dok su ljudi trgovali putem razmene, shvatili su da je direktna razmena dobara i usluga ograničena i komplikovana, posebno kada se radi o neusklađenim vrednostima različitih dobara. U tom kontekstu, razvoj trgovine je podstakao potrebu za nečim što bi olakšalo vrednovanje robe i olakšalo razmenu.

Sa pojavom novca, trgovina je doživela revoluciju. Novac je predstavljao univerzalno prihvaćeno sredstvo razmene koje je bilo lako prenosivo i čiju je vrednost bilo lako odrediti. Umesto komplikovanog poređenja različitih dobara, novac je omogućio ljudima da vrednuju svoje proizvode i usluge u jednoj vrednosti.

Najraniji oblici novca često su bile robe sa suštinskom vrednošću, kao što su zlato i srebro. Ljudi su prihvatili ove metale kao sredstvo razmene jer su bili izdržljivi, lako prenosivi i retki. Kasnije su se razvili različiti oblici novca, uključujući metalni novac, papirni novac i digitalni novac, prilagođavajući se promenama u tehnologiji i društvu.

Pojava novca je na mnogo načina transformisala trgovinu i privredu. Novac je omogućio lakšu razmenu dobara i usluga na tržištu, podstakao veću specijalizaciju i produktivnost, olakšao akumulaciju bogatstva i ulaganja, stimulišući ekonomski rast. Novac kao univerzalno sredstvo razmene omogućio je širenje trgovine izvan lokalnih zajednica i otvorio put za globalnu razmenu.

Novac je u svom razvoju postao osnova savremenog finansijskog sistema, omogućavajući različite oblike finansijskih transakcija i ulaganja. Takođe je postao ključni element monetarne politike država i centralnih banaka.

Može se zaključiti da je robni oblik privrede svakako pokrenuo potrebu za novcem kao sredstvom razmene koje bi olakšalo trgovinu i usmerilo razvoj privrede prema savremenim konceptima razmene i tržišta. Pojava novca označila je značajan korak ka globalnom ekonomskom sistemu i oblikovala temelje moderne ekonomske interakcije.

2.3. Robnonovčani odnosi

Robnonovčani odnosi predstavljaju fazu razvoja trgovine u kojoj se roba razmenjuje kombinacijom robe i novca. U ovim odnosima, roba i usluge i dalje igraju ključnu ulogu u razmeni, ali se novac koristi

kao posrednik za olakšavanje procesa. Ovaj oblik trgovine pomaže u prevazilaženju ograničenja direktne robne razmene, omogućavajući bržu i efikasniju trgovinu.

Primer zemljoradnika i stočara može bliže objasniti funkcionisanje robnonovčanih odnosa. Poljoprivrednik F1 proizvodi povrće, a stočar S1 uzgaja stoku. Umesto da direktno menjaju povrće za meso, oni koriste odnos robe i novca. F1 prodaje svoje povrće na tržištu i dobija novac kao protivvrednost. Zatim od tog novca kupuje meso od stočara S1. Ovaj proces omogućava specijalizaciju i fokusiranje na sopstvenu proizvodnju, dok novac olakšava razmenu dobara.

Robnonovčani odnosi omogućavaju trgovcima da koriste novac kao univerzalno sredstvo, eliminišući potrebu za direktnom razmenom dobara. Novac olakšava procenu vrednosti robe, omogućava veću fleksibilnost u trgovini i doprinosi većoj brzini i efikasnosti u procesu razmene. Može se zaključiti da robnonovčani odnosi predstavljaju prekretnicu u razvoju trgovine, kombinujući prednosti robnog oblika razmene sa praktičnošću i efikasnošću novca. Ovaj oblik trgovine odigrao je ključnu ulogu u formiranju savremenih ekonomskih sistema i olakšao razmenu dobara i usluga na globalnom nivou.

Iako od svog nastanka pa do danas, robnonovčana razmena dominira, trampa kao oblik razmene bez upotrebe novca nije sasvim nestala iz ekonomske svakodnevnice. Još uvek povremeno možemo naići na direktnu razmenu dobara, kako između pojedinaca, tako i među preduzećima ili čak državama.

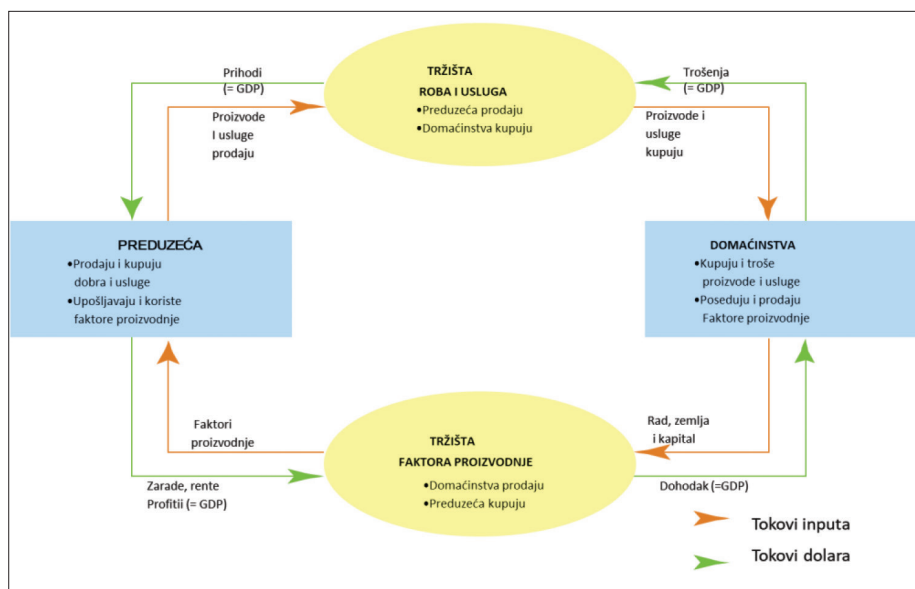
2.3.1. Kružni tok robe i novca: transformacija trgovine i razvoj novca

Kružni tok robe i novca predstavlja transformaciju u trgovini i razvoju novca kao posrednika u trgovinskim odnosima, od direktnih razmena do sistema baziranog na novcu. Umesto direktnih razmena, roba se sada prodaje za novac, koji zatim omogućava kupcima da

kupe druga dobra i usluge. Transformacija je omogućila trgovcima da se usredsrede na proizvodnju onoga u čemu su bili najbolji, dok su novac i tržište postali posrednici u razmeni.

Razvoj novca kao sredstva razmene igra ključnu ulogu u ovom procesu. Novac je omogućio precizno vrednovanje dobara, čime su se eliminisale poteškoće koje su pratile direktnu razmenu dobara. Pored toga, novac je omogućio širenje trgovine na veće geografske oblasti. Trgovina je postala globalnija, a razvoj novca je omogućio veću fluidnost dobara i usluga. Proces transformacije trgovine i razvoja novca bio je važan za formiranje modernih ekonomskih sistema.

Kružni tok robe i novca postao je srž ekonomske aktivnosti, doprinoseći razvoju, stabilnosti i povezivanju društava širom sveta.



Slika 2. Kružni tok robe i novca u privredi

U procesu ukupne društvene reprodukcije, novac dobija sledeće funkcije:

Novac kao sredstvo razmene je jedna od osnovnih funkcija novca, jer novac olakšava proces kupovine dobara i usluga, omogućavajući ljudima da prenose novac sa kupca na prodavca, samim

tim omogućavajući obavljanje transakcije. Novac se ne stvara radi novca, već da bi mogli da ga koristimo kao sredstvo razmene.

Novac, kao sredstvo plaćanja, omogućava ljudima da plate svoje obaveze i naplate svoja potraživanja. Putem monetarnih transakcija ljudi razmenjuju dobra i usluge i tako održavaju tok ekonomske aktivnosti.

Novac kao sredstvo obračuna može delovati u situacijama kada postoji rizik od visoke inflacije ili nestabilnosti nacionalne valute. To se često dešava u situacijama kada je za obračun potrebno koristiti stabilnu i konvertibilnu stranu valutu. Ova funkcija novca, u stvari, ima zadatak da izrazi svoju tržišnu vrednost preko jedinstvene zajedničke mere.⁸⁸

Novac kao sredstvo očuvanja vrednosti imovine, omogućava ljudima da sačuvaju vrednost svoje imovine. U stabilnim ekonomijama, novac se koristi kao način da se stečeno bogatstvo sačuva od fluktuacija i devalvacija. Ovo omogućava ljudima da planiraju budućnost i obezbede svoju ekonomsku stabilnost.

U ukupnom procesu društvene reprodukcije primetno je da ne samo da postoji kružno kretanje između dobara i novca, već se neprestano odvija konverzija: dobra se pretvaraju u novac, a novac nazad u dobra. Istovremeno, novac stalno kruži između preduzeća, domaćinstava i države. Ovaj stalni priliv i odliv novca između ovih aktera, uključujući pojedince i sektore stanovništva, čini ono što se naziva „opticaj“ ili „obrt“ novca.

Obrt novca može varirati u brzini, u zavisnosti od toga koliko puta se ista količina novca koristi za kupovinu i prodaju u određenom vremenskom periodu. Brzina cirkulacije novca, meri koliko često ista novčana jedinica prolazi kroz različite transakcije tokom godine. Ova brzina zavisi od mnogih faktora, kao što je period zadržavanja novca od strane prodavca nakon prodaje, ili brzina oslobađanja novca od strane drugih ekonomskih aktera. Brži promet novca ukazuje

⁸⁸ Kitanović D., Golubović N., Petrović D. (2008). *Osnovi ekonomije*, Niš.

na veću efikasnost nacionalne privrede, jer se novac brže koristi za razmenu dobara i usluga.

U okviru kružnog toka robe i novca, ovaj proces se nastavlja kontinuirano, uspostavljajući dinamičku vezu između robne razmene i monetarnih transakcija. Ovaj proces podržava trgovinu, ekonomski rast i stabilnost, igrajući vitalnu ulogu u funkcionisanju savremenih ekonomskih sistema.

2.3.2. Vrste novca

Danas u novačanim sistemima, novac nema nikakvu materijalnu vrednost. Razlog je nepostojanje upotrebne vrednosti novčanice. Ona ima samo dekret (fiat) koji joj daje legitimitet. Dekret je naredba ili odobrenje državne centralne banke da se određena novčanica može koristiti kao novčana jedinica države i ovu vrstu novca zovemo dekretni novac. Na primer, da papir na kome se štampaju novčanice nema dekret naredbe, ne bi imao drugu upotrebnu vrednost. Novčanica se, u suštini, vrlo malo razlikuje od bilo koje druge vrste papira, pa se onako odštampana ne može koristiti čak ni za pisanje.

Pored ove vrste novca, razlikujemo novac koji ima svoju unutrašnju vrednost. Takav novac se naziva robni novac. Robnim novcem se smatra zlato, zato što se pored platežnog sredstva, koristi i u industriji nakita, pa mu to daje i druge upotrebne mogućnosti. Zlato se danas ne koristi kao novac. Međutim, u prošlosti, sve do okončanja Drugog svetskog rata, količina papirnog novca koju su zemlje štampale, vezivala se za količinu zlata u Centralnim banakama i takav sistem se nazivao zlatnim standardom.⁸⁹

Pojava elektronskog novca je dovela do revolucije u monetarnom sistemu i prelazak sa tradicionalnog sistema na sistem elektronskog plaćanja. Prvi put se pojavio sredinom 80-tih godina u Japanu, u vidu pripejd kartica, dok se u Evropi i Sjedinjenim Američkim Državama

⁸⁹ Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, str. 504.

pojaviu početkom 90- tih godina XX veka. U savremenim poslovnim sistemima posmatra se kao elektronski surogat fizičkog novca.

Elektronski novac se definiše kao zamena za gotov novac koji služi za plaćanje robe i usluga. Elektronski novac se prenosi putem elektronske mreže i uključuje pripejd kartice, kreditne kartice i elektronske novčanike, drži se na virtualnim računima, na serverima, čipovima i magnetnim trakama platnih kartica. Osnovna osobina ovog novca jeste da nema fizički oblik ili fizičku jedinicu i njegove transakcije se obavljaju razmenom bitova, gde ne postoji upotreba novčanica, kovanica ili bilo kog drugog konvencionalnog sredstva. Elektronski novac se još i naziva „e-novac“, „digitalna gotovina“ ili „sajber valuta“.

3. FUNKCIJE TRŽIŠTA

Funkcije tržišta su ključne uloge koje tržište igra u ekonomskom sistemu, pružajući strukturu za interakciju između potrošača i proizvođača. Teoretičari se slažu da tržište obavlja četiri osnovne funkcije koje su međusobno povezane i dopunjuju se.

1. Informativna funkcija tržišta služi kao platforma za razmenu informacija između potrošača i proizvođača. Potrošači putem tržišta saznaju koje proizvode i usluge mogu kupiti, dok proizvođači dobijaju informacije o tome šta se traži na tržištu. Ova razmena informacija omogućava preciznije prilagođavanje ponude i tražnje, a tržišne cene postaju pokazatelj trenutnih potreba i preferencija.
2. Alokativna funkcija tržišta ogleda se u efikasnoj alokaciji resursa među različitim mogućnostima proizvodnje. Tražnja potrošača određuje šta će se proizvoditi i koliko, jer rast tražnje za određenim proizvodom često rezultira rastom cene tog proizvoda. Ova promena cene motiviše proizvođače da preusmere resurse prema proizvodnji traženih dobara.
3. Distributivna funkcija tržišta omogućava raspodelu nacionalnog dohotka putem formiranja cena za resurse kao što

su rad, kapital i zemlja. Dohodak koji se ostvaruje na tržištu zavisi od faktora kao što su specifične veštine, obrazovanje i sposobnosti. Na ovaj način, tržište omogućava nagradu za doprinos i omogućava različitim faktorima proizvodnje da dobiju deo vrednosti koju stvaraju.

4. Selektivna funkcija tržišta se ogleda u motivisanju i nagrađivanju uspešnosti privrednih subjekata, kao što su preduzeća. Efikasni i inovativni proizvođači koji zadovoljavaju potrebe tržišta obično ostvaruju veći profit i napreduju. Sa druge strane, manje efikasne firme suočavaju se s nižim profitom i izazovima na tržištu.⁹⁰ Ova selektivna priroda tržišta podstiče konkurenciju, inovacije i ekonomsku efikasnost.

Ove funkcije tržišta zajedno čine osnovu ekonomske dinamike, omogućavajući fleksibilnost i prilagodljivost ekonomske aktivnosti prema promenama u potražnji, ponudi i konkurenciji.

4. KLASIFIKACIJA TRŽIŠTA

Tržište je kompleksna ekonomska institucija koja obuhvata različite aspekte i elemente koji se međusobno prepliću i utiču jedni na druge, a samim tim i kreiraju dinamiku tržišta. Tržište se može posmatrati sa raznih aspekata zavisno od zainteresovanih lica i predmeta analize.⁹¹ Analiziranje i razumevanje ovih faktora pomaže kompanijama da donose odluke zasnovane na informisanosti i prilagode svoje strategije kako bi uspešno poslovale na tržištu.

Klasifikacija tržišta zavisi od različitih kriterijuma, uključujući prirodu ponude, tražnje, predmeta razmene i sredstava koja se koriste za razmenu.

⁹⁰ Ilić, B., Kitanović, D., Đokić, Z. (2000). *Politička ekonomija*, (6. izmenjeno i dopunjeno izd.). Beograd, str. 237–239.

⁹¹ Mihajlović, B. (2003). *Marketing menadžment*. Cetinje, str. 63–64.

4.1. Prostorni aspekt tržišta

Među važnim kriterijumima je prostor na kome se tržište odvija, zbog čega klasifikacija tržišta zasnovanog na geografskom aspektu podrazumeva:

1. *Lokalno tržište* koje se odnosi na ekonomske interakcije i razmenu dobara i usluga unutar ograničenog geografskog područja, obično unutar jednog grada ili manje regije. Ovde se naglasak stavlja na potrebe i preferencije lokalne zajednice.
2. *Regionalno tržište* obuhvata veće geografske oblasti, kao što su pokrajine, države ili veće regione. U ovakvim tržišnim okruženjima, ekonomske interakcije se šire preko veće teritorije, uzimajući u obzir razlike u preferencijama, kulturama i ekonomskim uslovima unutar te oblasti.
3. *Nacionalno tržište* se odnosi na tržište koje obuhvata celu teritoriju jedne države. Ovde se uzimaju u obzir nacionalne potrebe, regulatorni okviri i ekonomske karakteristike te zemlje.
4. *Međunarodno (svetsko) tržište* se proteže preko granica više država i uključuje razmenu dobara i usluga na globalnom nivou. Ovde se moraju uzeti u obzir različite valute, zakoni, regulative i kulturne razlike.

Razlikovanje tržišta prema geografskim kriterijumima omogućava analizu uticaja prostornih faktora na dinamiku potražnje, ponude, konkurencije i drugih tržišnih aspekata. Ova podela pomaže kompanijama da prilagode svoje strategije i operacije u skladu sa specifičnostima svakog tržišta.

4.2. Predmetni aspekt tržišta

Klasifikacija tržišta prema predmetu razmene odnosi se na vrste dobara ili usluga koje se razmenjuju na tržištu. U cilju boljeg razumevanja specifičnih karakteristika i dinamike potrebno je poznavati sledeća tržišta:

1. Tržište potrošnih dobara obuhvata razmenu dobara koja su namenjena direktnoj upotrebi od strane krajnjih potrošača. To uključuje sve što ljudi kupuju i koriste u svakodnevnom životu, kao što su hrana, odeća, elektronika, kućni aparati i slično. Dinamika ovog tržišta često zavisi od potreba, preferencija i trendova potrošača.
2. Tržište proizvodnih dobara podrazumeva razmenu dobara koja se koriste u proizvodnom procesu za stvaranje drugih dobara ili usluga. To uključuje sirovine, poluproizvode, mašine, opremu i drugo. Ova tržišta često su povezana sa poslovnim sektorom i industrijskim aktivnostima.
3. Tržište usluga se odnosi na razmenu nematerijalnih dobara koje pružatelji usluga obezbeđuju potrošačima. To uključuje oblasti kao što su zdravstvo, obrazovanje, turizam, finansijske usluge, IT usluge i mnoge druge. Ovde se fokusira na pružanje veština, stručnosti ili iskustava.
4. Tržište novca podrazumeva razmenu finansijskih instrumenata kao što su valute, akcije, obveznice i drugi instrumenti koji predstavljaju vlasništvo ili dug prema nekoj organizaciji ili entitetu. Tržište novca igra ključnu ulogu u finansijskom sistemu i omogućava kapitalne tokove i ulaganja.
5. Tržište radne snage se odnosi na razmenu radne snage ili radnih usluga. Poslodavci traže radnu snagu, a radnici nude svoje veštine i radnu snagu. Dinamika ovog tržišta uključuje zapošljavanje, nezaposlenost, plate i uslove rada.

Svaka od ovih kategorija ima svoje specifične karakteristike i dinamiku. Razumevanje tih karakteristika pomaže kompanijama i ekonomskim analitičarima da bolje razumeju ponašanje potražnje i ponude na različitim vrstama tržišta.

4.3. Uslovi razmene kao aspekt tržišta

Klasifikacija tržišta prema uslovima razmene fokusira se na stepen intervencije države u ekonomske aktivnosti. Ova klasifikacija se bavi nivoom slobode koji privredni subjekti imaju u vezi sa određivanjem uslova kupoprodaje i kako država može ili ne mora uticati na te uslove.

1. *Slobodno tržište* na kom privredni subjekti imaju potpunu slobodu da uspostavljaju svoje kupoprodajne odnose, uključujući cene, kvalitet i uslove. Država ne interveniše direktno u ovim odnosima. Ovaj pristup se oslanja na princip ponude i potražnje, gde su cene i uslovi rezultat interakcije između potražnje i ponude. Slobodno tržište često podstiče konkurenciju, inovacije i efikasnost.
2. *Vezano tržište* podrazumeva da država interveniše u tržišne odnose kako bi postigla određene ciljeve, kao što su zaštita potrošača, osiguranje pravedne konkurencije ili regulacija ključnih sektora ekonomije. Intervencija države može uključivati propisivanje minimalnih standarda kvaliteta, ograničavanje cena, uspostavljanje kvota ili drugih mera. Ovakav pristup ima za cilj da osigura ravnotežu između slobodnog tržišta i zaštite javnog interesa.

Slobodno tržište i vezano tržište predstavljaju dva suprotna pristupa u odnosu na nivo intervencije države u ekonomske odnose. Oba pristupa imaju svoje prednosti i nedostatke i zavise od specifičnih uslova, potreba društva i ciljeva politike. Kombinacija ovih pristupa može biti prisutna u različitim sektorima i aspektima ekonomije jedne zemlje o čemu se polemicalo u predhodnim poglavljima knjige.

4.4. Konkurentski odnosi kao aspekt tržišta

Klasifikacija tržišta prema konkurentskim odnosima fokusira se na strukturu konkurencije na tržištu i odnose između različitih konkurenata. Ova klasifikacija pomaže u razumevanju dinamike tržišta, cene, inovacije i druge faktore koji su karakteristični za svaku vrstu konkurencije, pri čemu na:

1. Konkurentskom tržištu postoji mnogo malih konkurenata, gde nijedan nema značajan uticaj na cenu ili tržišne uslove. Ovo tržište se često naziva „savršena konkurencija“. Konkurencija na ovakvom tržištu podstiče niske cene, visok kvalitet i efikasnost, a nijedan konkurent ne može značajno uticati na tržišne uslove.
2. Monopolskom tržištu postoji dominacija jednog preduzeća koje ima kontrolu nad celokupnom ponudom na tržištu. Monopolista ima sposobnost diktiranja cena i uslova bez obzira na konkurenciju. Ovaj tip tržišta može biti problematičan za potrošače jer nedostaje konkurencija koja bi regulisala cene i podstakla inovacije.
3. Oligopolskom tržištu postoji mali broj dominantnih preduzeća koja kontrolišu veći deo ponude. Interakcija između ovih preduzeća može biti kompleksna, jer svaka odluka jednog preduzeća utiče na ostale. Oligopolisti se obično suočavaju sa intenzivnom konkurencijom i često se fokusiraju na inovacije i marketinške strategije kako bi se izdvojili.

Ova klasifikacija tržišta prema konkurentskim odnosima pomaže u razumevanju dinamike borbe za tržišni udeo, cene i strategije koje preduzeća koriste u različitim konkurentskim situacijama. Važno je napomenuti da stvarni tržišni uslovi mogu biti mešavina ovih modela, a različite industrije mogu imati različite konkurentske karakteristike.

4.5. Strateški aspekti ulaska na međunarodno tržište

Svaka kompanija pre nego što krene da širi poslovanje van granica svoje zemlje, treba pažljivo da definiše svoje međunarodne marketinške ciljeve i strategije.⁹² Ključni koraci u ovom procesu uključuju odlučivanje o obimu inostrane prodaje, broju zemalja u kojima će se poslovati i brzini širenja. Ova faza takođe uključuje procenu različitih tipova zemalja kako bi se identifikovali najpogodniji segmenti tržišta.

Prilikom izbora tržišta, mnoge kompanije počinju sa malim količinama i postepeno rastu.

Ove odluke često zavise od percepcije stranog poslovanja u odnosu na domaće. Neki vide međunarodno poslovanje kao dodatak, dok drugi prepoznaju potencijal za širenje van granica domaćeg tržišta.

Kompanija treba da analizira niz faktora kako bi donela strateške odluke o tržištima na koja želi da uđe. Ovi faktori uključuju tržišnu privlačnost na osnovu proizvoda, geografskih karakteristika, prihoda i stanovništva, političke stabilnosti i drugih varijabli. Pored toga, kompanije su često suočene sa izborom između širenja na postojeća tržišta ili ulaska na nova tržišta, kao što su rastuća tržišta istočne Evrope, Kine i Indije.

Nakon identifikovanja potencijalnih tržišta, kompanije moraju sprovesti duboku analizu da bi rangirale svaku opciju. Ova analiza uključuje procenu faktora kao što su veličina i rast tržišta, operativni troškovi, konkurentske prednosti i rizik. Cilj je pronaći tržišta sa najvećim potencijalom, koristeći relevantne indikatore.

Donošenje odluke za izlazak na inostrano tržište zahteva temeljno istraživanje i analizu izazova i mogućnosti. Na sreću, savremeni izvori informacija, uključujući internet, omogućavaju menadžmentu da istražuje ciljna tržišta i stvori jasnu sliku poslovnog okruženja. Istraživanje tržišta je ključno za razumevanje kako kompanija može pristupiti i poboljšati svoje međunarodno poslovanje.

⁹² Kotler, P., Wong, W., Saunders, J., Armstrong, G. (2006). *Osnove marketinga* (4. izd.). Zagreb: Mate, str. 222–223.

U suštini, strategija izlaska na međunarodno tržište zahteva pažljivo planiranje, analizu i razumevanje tržišne dinamike kako bi kompanija uspešno proširila svoje poslovanje preko granica i iskoristila sve mogućnosti koje nudi međunarodno poslovanje.

4.6. Istraživanje kao aspekt tržišta

Istraživanje tržišta je sistematično prikupljanje i analiziranje informacija o pitanjima vezanim za marketing proizvoda i usluga. To je ključni alat za donošenje pametnih upravljačkih odluka. Informacije dobijene istraživanjem tržišta pružaju važan oslonac za rešavanje složenih poslovnih problema koje menadžeri u oblasti marketinga i drugih sektora preduzeća iskorišćavaju za planiranje strategije, naročito u brzo promenljivom tržišnom okruženju.

Pored toga, istraživanje tržišta se često upoređuje s ulogom lekara koji brine o zdravlju ljudi.⁹³ Ova analogija ističe važnost istraživanja tržišta u procenivanju trenutnog stanja na tržištu, čime se omogućava bolje razumevanje situacije u kojoj se preduzeće nalazi. Ova dijagnoza uključuje informacije kao što su:

- Makro okruženje: Globalni trendovi i faktori kao što su demografske promene, ekonomske fluktuacije, stilovi života, tehnološki napretci i zakonodavni uslovi.
- Poslovno okruženje: Informacije o kupcima (ko su, šta kupuju, kako i zašto), konkurentima (ko su, kako se takmiče, njihove snage i slabosti) i okruženju preduzeća (tržišno učešće, broj porudžbina, troškovi i profitabilnost).

Ove informacije pomažu u donošenju odluka koje se tiču strategije i taktike, kao što su odabir ciljnih tržišta, postavljanje proizvoda i razvijanje marketinških programa. Sve u svemu, istraživanje tržišta omogućava da se donose odluke zasnovane na dobroj informisanosti, što je ključno za uspeh preduzeća u dinamičnom poslovnom

⁹³ Hanić, H. (2006). *Principi marketinga*. Beograd: Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije, str. 168, 194.

okruženju. Pravilno postavljena dijagnoza je uslov za uspešnu terapiju, tj. za uspešno rešavanje poslovnog problema.

Inspirativnu priču koja osvetljava važnost istraživanja tržišta na veoma slikovit način dao je Filip Kotler, koji istraživanje tržišta upoređuje sa svetlom koje omogućava preduzeću da saznaje put kroz nepoznate teritorije.⁹⁴ Kotler svoje čitaoce navodi da zamisle proizvođača cipela iz Hong Konga koji se pitao da li za njega postoji tržište na ostrvu Južnog Pacifika. Na prvi pogled, ta udaljenost i neznani običaji činili su tržište tajanstvenim i nepristupačnim. Da bi istražio ovu enigm, poslao je svog trgovca na ostrvo. Prva poruka koja je stigla glasila je: „*Ovde ljudi ne nose cipele. Tržište ne postoji.*“

Međutim, proizvođač nije bio zadovoljan ovakvim zaključkom, te je poslao drugog trgovca. Ovaj put je stigla sasvim drugačija poruka: „*Ljudi ovde ne nose cipele. Tržište je ogromno.*“ Pomalo zbunjen ovim kontrastom, proizvođač je rešio da pošalje treću osobu – stručnjaka za tržište. On je odlučio da potpunije sagleda situaciju, pa je razgovarao s poglavicom plemena i domorocima, pri čemu nije samo video površnu, već je sagledao dublju sliku. Njegov izveštaj bio je promišljen i optimističan. Zaključio je: „*Ljudi ovde ne nose cipele, i to uzrokuje probleme sa stopalima. No, postoji potencijal. Preporučujem da ponudimo cipele po ceni od 10\$ po paru. Plemenski poglavica je reagovao pozitivno i veruje da bi oko 70% ljudi bilo spremno da kupi cipele. Očekujemo prodaju od 5000 pari u prvoj godini. Iako će troškovi dopremanja cipela na ostrvo i organizovanje distribucije koštati 6\$ po paru, čista zarada bi bila 20000\$ u prvoj godini, obezbeđujući povrat investicije od 20%, što nadmašuje standardnih 15%. Osim toga, očekujemo dalji rast i profitabilnost nakon ulaska na tržište. Preporučujem ovaj posao.*“

Ova priča naglašava kako istraživanje tržišta nije površinsko sagledavanje, već duboko razumevanje okruženja. To je poput upotrebe svetla u tami, koje razotkriva potencijal i otvara vrata ka uspešnoj budućnosti.

⁹⁴ Kotler, P. (1999). *How to Create, Win and Dominate Markets*. New York: The Free Press, pp. 1931.

Istraživanje tržišta je osnova za pravilno razumevanje okruženja i donošenje strateških i taktičkih odluka. Kroz istraživanje tržišnog okruženja, stičemo informacije koje su osnova za donošenje odluka, kao što su izbor ciljnih tržišta gde možemo najbolje zadovoljiti potrebe i pozicionirati proizvode. Ovo istraživanje pomaže i kod taktičkih koraka, kao što je razvijanje efikasnih marketinških programa za ciljna tržišta. Na primer, za kreiranje proizvoda je potrebno odrediti njegove karakteristike, za cene je važno analizirati optimalni nivo i elastičnost tražnje, za distribuciju – opredeliti se za kanale prodaje i zalihe, a za promociju, odrediti budžet i medije.

Istraživanje tržišta omogućava sagledavanje kako donete odluke utiču na poslovanje.

Treba napomenuti da, iako je istraživanje tržišta važno, u realnom svetu odluke ne moraju biti zasnovane isključivo na istraživanju. Hitnost, dostupnost podataka i priroda problema utiču na odluku o sprovođenju istraživanja. Takođe, troškovi istraživanja se ravnaju sa očekivanom vrednošću informacija koje istraživanje donosi. Iako postoji kompleksnost u procesu istraživanja tržišta, suština je da ono pruža neophodne informacije za kvalitetno poslovno odlučivanje.

5. MEHANIZAM FUNKCIONISANJA TRŽIŠTA

U svetu ekonomije, pojmovi kao što su roba, dobra i usluge čine temelj ekonomske razmene i omogućavaju sticanje saznanja o tome kako se zadovoljavaju ljudske potrebe, pri čemu njihova vrednost proizlazi iz njihove korisnosti za pojedince i društvo u celini.

Roba predstavlja fizičke ili nematerijalne predmete koje ljudi proizvode, kupuju, prodaju ili koriste kako bi zadovoljili svoje potrebe. Svojstva robe mogu biti različita zavisno od težine, dimenzije i kvaliteta, pri čemu roba može biti posedovana, skladištena i transportovana. Njena vrednost proističe iz sposobnosti da zadovolji potrebe i želje ljudi, odnosno iz njene upotrebne vrednosti. Na tržištu, cena robe se formira kroz interakciju ponude i tražnje, uzimajući u obzir koliko ljudi su spremni da plate za tu određenu robu.

Termin dobro se odnosi na svaku korisnu stvar koja zadovoljava ljudske potrebe. Ovo može uključivati širok spektar predmeta, od osnovnih do luksuznih, koji se koriste za zadovoljenje životnih potreba. Dobro je svaka stvar koja ima vrednost i koja može biti proizvedena, ponuđena i tražena na tržištu. Cena dobra se formira s obzirom na tražnju za tim dobrima i ponudu na tržištu, a određuje je ravnoteža između ponude i tražnje.

Usluga je aktivnost koja se pruža drugima kako bi se zadovoljile njihove potrebe ili želje. Za razliku od fizičkih dobara, usluge su često nematerijalne prirode i zasnivaju se na pružanju veština, znanja ili iskustava. Bitno je napomenuti da usluge nemaju fizički oblik i ne mogu se posedovati. Kao i kod dobara, cena usluga se formira prema tržišnoj ravnoteži između ponude i tražnje.

Mehanizam funkcionisanja tržišta predstavlja dinamičan proces koji se ogleda u interakciji između prodavaca i kupaca, gde cene i količine robe/usluga variraju dok se ne postigne ravnoteža između onoga što je ponuđeno (prodaja) i onoga što se traži (potražnja).

Ovaj mehanizam može biti objašnjen kroz ključne koncepte koji definišu ekonomske interakcije na tržištu.

- Ponuda i potražnja su osnovne postavke koje opisuju kako se realizuje interakcija između ove dve kategorije usled promene cene.
- Tržišna logika reflektuje ponašanje prodavaca i kupaca, gde obostrano deluju kako bi ostvarili svoje ekonomske ciljeve. Iako njihovi interesi mogu biti suprotstavljeni, cene i količine se kreću prema tački ravnoteže gde se postiže harmonija između ponude i potražnje.
- Tržišna etika je ključna u ovom procesu. Iako se prodavci i kupci međusobno suprotstavljaju radi ostvarivanja svojih interesa, tržišna etika podrazumeva uzajamno priznavanje i poštovanje kao ravnopravnih partnera. Ovaj koncept podstiče pregovore, integritet i fer odnose, čineći tržište efikasnim i etičkim prostorom za razmenu dobara.

U celini, mehanizam funkcionisanja tržišta se ogleda u složenom spoju ovih koncepta. Kroz zakone ponude i tražnje, tržišnu logiku, etički odnos između prodavaca i kupaca, kao i razmatranje tržišnog fundamentalizma, može se razumeti kako se cene, količine i ekonomske interakcije oblikuju na tržištu. Ovo dinamično funkcionisanje omogućava ravnotežu između različitih interesa i doprinosi efikasnosti i održivosti ekonomske razmene.

5.1. Ekonomske zakonitosti

Ekonomija je kompleksno područje koje se oslanja na različite zakonitosti kako bi se bolje razumela dinamika tržišta i ekonomska ponašanja. Osnovni ekonomski zakoni koji su široko priznati a često se koriste u ekonomskoj analizi su:

Zakon ponude i tražnje ilustruje neodvojivu vezu između dostupnih dobara i usluga na tržištu i interesovanja potrošača za tim resursima. U stanju slobodne konkurencije, rast cena određenih proizvoda rezultira povećanom ponudom tih proizvoda, ali istovremeno smanjuje potražnju za istima. Obrnuto, pad cena vodi ka smanjenju ponude, ali podstiče veće interesovanje potrošača. Ovaj zakon oslikava dinamičnu ravnotežu između cena i kvantiteta proizvoda na tržištu.

Zakon konkurencije ukazuje na neophodnost slobodne tržišne utakmice kako bi individualni proizvođači i trgovci usklađivali svoje ponude i tražnje, omogućavajući efikasne razmene i društvenu proizvodnju. Kroz takmičenje, pojedinci se podstiču da unapređuju svoje proizvodne kapacitete i inovacije kako bi se izborili sa zahtevima tržišta. Ovaj proces podržava dinamički razvoj ekonomije.

Zakon vrednosti izražava ključne veze između društvenog rada, vrednosti i cena dobara. Osnova vrednosti leži u ljudskom radu. Različiti aspekti ovog zakona, kao što su vrednosna cena, cena proizvodnje i monopolska cena, ukazuju na različite načine na koje se vrednost i cena oblikuju u različitim tržišnim okolnostima. Ovaj zakon naglašava vezu između proizvodnih resursa i cena koje se formiraju na osnovu društvenih dinamika.

Zakon privatnog vlasništva predstavlja prirodno pravo pojedinaca i organizacija da koriste i upravljaju imovinom, uz poštovanje definisanih pravila i odgovornosti. Ovaj zakon omogućava slobodno preduzetništvo i raspodelu resursa, uz istovremeno snalaženje s rizicima i nagradama za poslovne odluke. Pravo sopstvenosti je temelj tržišne ekonomije, pruža osnovu za individualnu i korporativnu inicijativu.

Ovi zakoni zajedno definišu principe i odnose koji oblikuju ekonomske aktivnosti i dinamiku tržišta. Međutim, osim ova četiri, postoji mnogo drugih zakonitosti i principa koji pomažu u tumačenju ekonomske stvarnosti i dešavanja na tržištu o kojim sledi dodatno pojašnjenje u nastavku teksta.

5.2. Analiza cena i teorija vrednosti

Cena je novčani izraz tržišno utvrđene vrednosti robe ili usluge. Poznato je da se formira putem interakcije između ponude i tražnje na tržištu, i odražava koliko su potrošači spremni da plate za određeni proizvod ili uslugu, uzimajući u obzir faktore kao što su korist, konkurencija, troškovi proizvodnje i druge ekonomske okolnosti.

Cena ima dubok uticaj na ekonomske odluke, kako na mikro nivou, gde se pojedinačne firme i potrošači suočavaju s izborima, tako i na makro nivou, gde cena igra bitnu ulogu u ukupnoj ekonomiji jedne zemlje. Na mikro nivou, cena je ključni faktor koji određuje prodaju i kupovinu. Na primer, ukoliko cena proizvoda postane previsoka u odnosu na korist koju pruža, potrošači mogu odlučiti da ga ne kupe. Ovo može uticati na prodaju, prihode i profit firme.

Na makro nivou, cene igraju ulogu u merenju inflacije i ukupne ekonomske performanse. Rast cena, poznat kao inflacija, može imati ozbiljne ekonomske posledice. Visoka inflacija može smanjiti kupovnu moć potrošača, destabilizovati finansije tržišta i narušiti poverenje u ekonomiju. S druge strane, niska inflacija može ukazivati na usporen rast ekonomije ili čak deflaciju, što takođe može izazvati ekonomske probleme.

Za razumevanje složenosti postupka odeređivanja cena pomoći će primer proizvodnje automobila.

Cena automobila će zavisiti od troškova proizvodnje (komponente, radna snaga, tehnologija), tražnje na tržištu (potrošačka preferencija), konkurencije (broj proizvođača) i makroekonomskih faktora (inflacija, kamatne stope). Ako postoji visoka tražnja za ekološki prihvatljivim automobilima, proizvođači mogu postaviti više cene zbog povećane tražnje. S druge strane, konstantan rast cena sirovina može povećati troškove proizvodnje, što može rezultirati višim maloprodajnim cenama.

U suštini, cena je mehanizam za usklađivanje ponude i tražnje na tržištu. Ona odražava složene interakcije između različitih ekonomskih faktora i često je centralna tačka analize ekonomske teorije i prakse. Cene igraju ključnu ulogu u oblikovanju ekonomske aktivnosti i donošenju odluka kako na individualnom nivou, tako i na nivou celokupne ekonomije.

5.2.1. Teorija radne vrednosti

Teorija radne vrednosti je fundamentalni ekonomski koncept koji proističe iz klasične ekonomske misli i ima bitnu ulogu u razumevanju formiranja cena. Ova teorija se zasniva na pretpostavci da je osnovni izvor vrednosti robe i usluga upravo uloženi radni napor tokom procesa proizvodnje. Ova ideja proistekla je iz dela klasičnih ekonomista kao što su Adam Smit i David Rikardo, koji su postavili temelje ove teorije.

Da bi se shvatilo kako teorija radne vrednosti funkcioniše, može se ovaj koncept primeniti na proizvodnju automobila. Prema ovoj teoriji, cena automobila bi bila određena prema količini rada uloženog u svim fazama proizvodnje, uključujući projektovanje, sklapanje, testiranje i distribuciju. Svaki radnik koji doprinosi stvaranju automobila donosi određenu količinu radne vrednosti. Na primer, ukoliko se zamisle dva automobila različitih marki, A i B, koji imaju slične tehničke karakteristike, prema teoriji radne vrednosti, ukoliko su obe marke automobila proizvedene uz sličan ukupan radni napor,

trebalo bi da imaju slične cene, bez obzira na marketinške aspekte ili brendiranje. Ako je proizvodnja automobila marke A zahtevala više radnih sati od proizvodnje automobila marke B, to bi se odrazilo u njihovim cenama na tržištu.

Ova teorija takođe ističe važnost podele rada i produktivnosti rada. Pretpostavlja se da specijalizacija i podela rada povećavaju efikasnost i time doprinose smanjenju radnog napora potrebnog za proizvodnju dobara. Na taj način, proizvodi koji zahtevaju manje rada imaju niže troškove proizvodnje i niže cene. Ipak, teorija radne vrednosti nije bez kritika. Kritičari ukazuju na to da vrednost proizvoda može biti oblikovana i drugim faktorima, kao što su potražnja, retkost resursa i promene u tehnologiji. U modernoj ekonomiji, koncepti poput marginalne koristi i diferencijacije proizvoda takođe su dobili na značaju, pružajući alternativne perspektive na formiranje cena.

Teorija radne vrednosti duboko je ukorenjena u klasičnoj ekonomskoj misli i pruža jedan od prvih pogleda na formiranje cena.

5.2.2. Teorija marginalne koristi

Teorija marginalne koristi omogućava razumevanje kako se cena formira kroz prizmu dodate vrednosti koju proizvod ili usluga pružaju. Ova teorija je ključna za oblikovanje cena u skladu sa stvarnom korisnošću koju proizvodi ili usluge donose, što doprinosi efikasnosti tržišta i zadovoljstvu potrošača. Kroz analizu marginalnog troška i marginalne koristi, može se razumeti kako pojedinci donose odluke o kupovini.

Marginalni trošak se odnosi na dodatni trošak koji nastaje prilikom proizvodnje jedne dodatne jedinice proizvoda. U kontekstu proizvodnje automobila, marginalni trošak bi bio trošak potreban za proizvodnju jednog dodatnog automobila. Ovaj koncept je ključan jer nam omogućava da razumemo kako povećanje proizvodnje utiče na ukupne troškove.

Marginalna korist se odnosi na dodatnu korist koju pojedinac ili društvo dobija kada konzumira ili poseduje još jednu jedinicu

proizvoda ili usluge. Na primer, kada neko već ima jedan automobil, dodatni automobil može doneti marginalnu korist u obliku veće fleksibilnosti, komfora ili praktičnosti.

Marginalna korist i marginalni trošak su ključni za sagledavanje odluka o kupovini i formiranje cena i zapravo predstavljaju prag odluke. Ako se korist od dodatne jedinice proizvoda (npr. drugi automobil) procenjuje kao veća od dodatnih troškova posedovanja automobila (marginalni trošak), pojedinac je verovatno sklon da donese odluku o kupovini.

Složenost koja proizilazi iz ove teorije može se ilustrovati pomoću primera analize kupovine automobila, pri čemu je potrebno zamisliti da neko već ima automobil i razmatra kupovinu drugog. Marginalna korist od kupovine drugog automobila može se ogledati u većoj praktičnosti za porodične aktivnosti ili lakšem putovanju na posao. Sa druge strane, procena dodatnih troškova kao što su mesečna rata kredita, osiguranje i gorivo predstavlja marginalni trošak. Ako je marginalna korist veća od marginalnog troška, odluka o kupovini drugog automobila može biti opravdana.

Međutim, teorija marginalne koristi naglašava da je vrednost određena subjektivnom korisnošću i oskudnošću dobara i usluga. Jasno je da prva kupovina automobila može biti opravdana jer donosi značajnu korist u smislu povećane mobilnosti. Međutim, sa svakom dodatnom kupovinom, korist od svakog sledećeg automobila može postepeno opadati, jer je potreba za dodatnim automobilima manja.

Uzimajući u obzir i to da ljudi različito vrednuju isti proizvod ili uslugu na osnovu svojih potreba, preferencija i okolnosti ukazuju na kompleksnost donošenja odluke. To znači da nema univerzalnog načina da se precizno izmeri koliko je koristi ili zadovoljstva donela svaka dodatna jedinica, već vrednost proizilazi iz subjektivne korisnosti koju pojedinci pridaju proizvodu ili usluzi, što u krajnjoj liniji osvetljava složenost odluka o kupovini i formiranju cena.

Razmatrajući ove dve teorije (teorije radne vrednosti i marginalne korisnosti), zaključuje se da one nude različite perspektive za

formiranje cena. Teorija radne vrednosti fokusira se na objektivne faktore proizvodnje, dok teorija marginalne koristi akcentuje subjektivno vrednovanje potrošača. Razumevanje obe perspektive može doprineti celovitijem sagledavanju kompleksnosti procesa formiranja cena i vrednosti na tržištu.

5.2.3. Teorija diferencijacije

Teorija diferencijacije igra veoma važnu ulogu u procesu određivanja cena na tržištu. Ova teorija se fokusira na stvaranje jedinstvene vrednosti proizvoda ili usluge kako bi se izdvojila od konkurencije i privukla pažnja potrošača. Razmatranje ove teorije u kontekstu određivanja cena pruža dublji uvid u to kako i zašto kompanije koriste strategije diferencijacije i kako to utiče na cene proizvoda ili usluga.

Diferencijacija se zasniva na stvaranju jedinstvenog identiteta proizvoda ili usluge koji ga razlikuje od konkurencije, pri čemu ona može biti postignuta kroz kvalitet, inovaciju, dizajn, brendiranje ili dodatne usluge. Kroz ovu teoriju, kompanije koje uspešno kreiraju percepciju da njihov proizvod ili usluga pružaju dodatnu vrednost ili korist opravdaće višu cenu u odnosu na konkurenciju.

U kontekstu automobila, strategija diferencijacije znači stvaranje karakteristika koje jedan automobil čine različitim i poželjnim u odnosu na druge. Na primer, luksuzni automobili se diferenciraju kroz dodatne funkcionalnosti, luksuzni dizajn i visok nivo udobnosti. Ovo stvara percepciju dodatne vrednosti koja potrošače navodi da budu spremni da plate višu cenu za ovaj proizvod.

Kroz teoriju diferencijacije, cena luksuznog automobila ne mora biti usko vezana za troškove proizvodnje. Umesto toga, cena se formira na osnovu stvaranja doživljaja ekskluzivnosti i luksuza. Potrošači koji cene ovakve karakteristike su skloni da prihvate višu cenu, jer su spremni da plate za jedinstvenost i status.

Međutim, teorija diferencijacije takođe donosi rizik. Ako kompanija ne uspe da izgradi stvarnu dodatnu vrednost ili ako se percepcija

razlikuje od stvarnosti, potrošači mogu odbiti da plaćaju višu cenu. Na primer, ako se za automobil tvrdi da je vrhunskog luksuza, ali potrošači ne osećaju tu dodatnu vrednost, cena može postati neprihvatljivo visoka.

U zaključku, primenom teorije diferencijacije na primeru automobila, postaje jasno kako ova teorija oblikuje proces određivanja cena, pri čemu uspeh ove strategije zahteva balansiranje između stvarne dodatne vrednosti i percepcije potrošača.

5.2.4. Harmonizacija teorija za celovito razumevanje cena

U razumevanju procesa formiranja cena, treba sagledati široki spektar ekonomskih teorija koje osvetljavaju različite aspekte ovog kompleksnog fenomena. Kroz sintezu teorija radne vrednosti, marginalne korisnosti i diferencijacije, otvara se dublji uvid u načine na koje tradicionalni i moderni pristupi ekonomiji zajedno oblikuju cene i stvaraju šire razumevanje mehanizama koji upravljaju tržišnim dinamikama. Takođe, ova sinteza daje sveobuhvatan uvid u formiranje cena kao procesa koji integriše različite aspekte ekonomske misli koji se međusobno prepliću kako bi stvorili kompleksan okvir za određivanje cena. Jedino holistički pristup omogućava u boljem shvatanju kako različite perspektive oblikuju tržišne cene i kako se ekonomske teorije usklađuju sa stvarnim svetom.

5.3. Oportunitetni trošak

Oportunitetni trošak je koncept iz ekonomije koji se odnosi na vrednost sledeće najbolje alternative koja se žrtvuje kada se donese određena odluka. Drugim rečima, oportunitetni trošak predstavlja trošak koji proističe iz gubitka mogućnosti da se iskoristi neka druga opcija umesto one koja je izabrana.

Nekada se troškovi ne izražavaju samo novčano, već i u obliku propuštene prilike. Oportunitetni trošak postaje posebno interesantan kada se razmatraju resursi koji nisu monetarni, kao što je vreme.

Recimo da neka osoba ima slobodan vikend i razmišlja da li da ga provede na odmoru ili da radi kao samostalni radnik i zaradi dodatni novac. Ako odluči da radi, oportunitetni trošak za njega biće vreme i uživanje koje bi dobio da je otišao na odmor. S druge strane, ako ode na odmor, oportunitetni trošak će biti novac koji bi zarado da je radio.

Oportunitetni trošak takođe igra ključnu ulogu u ekonomskim odlukama, kao što su proizvodnja i alokacija resursa. U poslovnom okruženju, kompanija može doneti odluku da proizvodi jedan proizvod umesto drugog na osnovu oportunitetnih troškova. Na primer, za Novaka Đokovića su svi čuli, on je prema svim kriterijumima najbolji teniser na svetu sa 24 osvojena Grend slema. U stanju je da izdrži i dobije čak i najduže i najteže mečeve. Međutim, pored ovog, Novak ima i druge talente. Jedan od takvih je i priprema vrlo zdravih obroka. Zamislimo da on može da pripremi ručak brže i bolje od mnogih kuvara. Zato što to dobro i brzo radi, pitanje je da li on to treba da radi. Da bi mogli da rešimo ovu dilemu i ponudimo konkretan odgovor, potrebno je da razumemo komparativnu prednost i oportunitetni trošak. Pretpostavka je da Novak skuva ručak za 2h. Za ta 2h Novak bi mogao da trenira ili pak snima reklamu za Lacoste i tako zaradi 20 000 eura, dok bi student kome je potreban džeparac to mogao da uradi za 3h i za iznos od 30 eura. Oportunitetni trošak studenta je nepročitanih 40 stranica knjige. Novak Đoković ima apsolutnu prednost u spremanju ručka, jer mu je za razliku od studenta potrebno manje vremena, ali student ima komparativnu prednost jer ima niži oportunitetni trošak.

Iz ovog primera možemo zaključiti da je trgovina značajna za obe strane, za Novaka jer će svoje vreme iskoristiti na produktivniji način sve dok plaća manje od 20 000 eura da posao pripreme hrane neko drugi obavi za njega.

Može se zaključiti da je oportunitetni trošak važan koncept u ekonomiji koji pomaže da se bolje razumeju troškovi, kao i da se sagleda njihov uticaj prilikom donošenja poslovnih odluka.⁹⁵

⁹⁵ Benić, Đ.(2001). *Osnovi ekonomije*. Zagreb, str. 29.

5.3.1. Granica proizvodnih mogućnosti

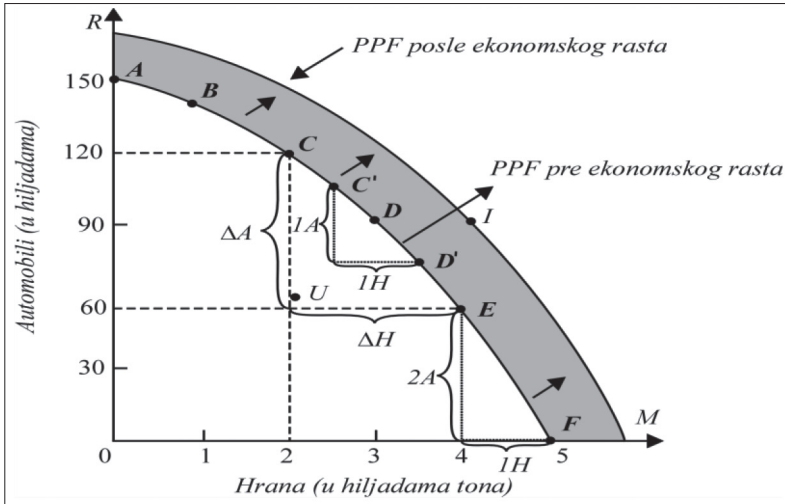
U cilju razumevanja ograničenja i izbora u ekonomiji pored prikazanih teorija i koncepta, veoma važnu ulogu ima i koncept granice proizvodnih mogućnosti (GPM). Granica proizvodnih mogućnosti ilustruje maksimalne kombinacije dobara i usluga koje društvo može proizvesti koristeći raspoložive resurse i tehnološke kapacitete. Ova granica pokazuje obim proizvodnje koji je ostvariv, uzimajući u obzir ograničenja kao što su radna snaga, resursi, tehnologija i vreme.

GPM se može predstaviti grafikonom koji prikazuje različite kombinacije dva dobra ili grupe dobara koje društvo može proizvesti. Svaka tačka na tom grafikonu predstavlja određenu kombinaciju proizvodnje, a kriva koja ih povezuje predstavlja maksimalne mogućnosti koje su dostupne društvu uz trenutne resurse i tehnologiju. To znači da sve tačke na krivoj predstavljaju potpuno iskorišćenje resursa društva.

Primer: Potrebno je zamisliti zemlju koja može proizvoditi samo dva dobra: automobile i hranu. Resursi potrebni za proizvodnju ovih dobara nisu neograničeni. Postoji ograničen broj radne snage, fabrika i sirovina. Društvo može napraviti različite kombinacije automobila i hrane, ali su i te kombinacije ograničene.

Tabela.5. Alternativne mogućnosti proizvodnje

Mogućnosti	Hrana (hiljada tona)	Automobili (hiljada tona)
A	0	150
B	1	140
C	2	120
D	3	50
E	4	50
F	5	0



Grafikon 2. Granica proizvodnih mogućnosti proizvodnje dva dobra

Privreda može da proizvede bilo koju od navedenih kombinacija, sve dok se te kombinacije nalaze na granici ili unutar nje. Sve tačke koje se nalaze izvan granice, nisu moguće osim kada dođe do razvoja industrije automobila u ovom slučaju, usled ekonomskog rasta, što bi dovelo do pomeranje krive granice proizvodnih mogućnosti prema desnoj strani.

GPM prikazuje tzv. oportunitetnu cenu – koliko jedno dobro mora biti žrtvovano kako bi se proizvelo više drugog dobra. Ako se želi povećati proizvodnja jednog dobra, mora se smanjiti proizvodnja drugog dobra. Ovo odražava osnovni ekonomski princip oportunitetnog troška: svako povećanje u proizvodnji jednog dobra dolazi uz žrtvovanje potencijala za proizvodnju drugog dobra.⁹⁶

Objašnjenje:

1. Tačka A: Ako društvo usmeri sve resurse na proizvodnju automobila, može proizvesti 150 automobila, ali nema dovoljno resursa za proizvodnju hrane. Ova tačka predstavlja potpuno iskorišćenje resursa za proizvodnju automobila.

⁹⁶ Pettinger, T. (2019). Perfect competition, <https://www.economicshelp.org/microessays/markets/perfect-competition/>.

2. Tačka C: Tačka koja povezuje dva ekstrema GPM krive predstavlja kombinaciju automobila i hrane za koju su resursi efikasno raspoređeni. Na primer, društvo može proizvesti 120 automobila i 2 hiljade tona. Ova kombinacija koristi resurse na način koji optimizuje proizvodnju oba dobra.
3. Tačka E: Tačka unutar GPM označava neiskorišćene resurse. Na primer, društvo može biti u situaciji gde proizvodi manje nego što bi moglo, na primer 60 automobila i 4 hiljade tona. To ukazuje na propuštene prilike za bolje iskorišćenje resursa, odnosno pokazuje da su neki od resursi nezaposleni ili da nisu iskorišćeni na racionalan način.
4. Tačka F: Ako se resursi preusmere sa proizvodnje automobila na proizvodnju hrane, društvo može proizvesti 5 hiljada tona, ali neće imati resurse za proizvodnju automobila. Ova tačka označava potpuno iskorišćenje resursa za proizvodnju kompjutera.

Ovaj primer i grafikon ilustruju kako promene u alokaciji resursa mogu uticati na proizvodnju različitih dobara, uzimajući u obzir ograničenja resursa i tehnologije. Pomoću grafika proizvodnih mogućnosti mogu se bolje razumeti trgovina i kompromisi, što će pružiti odgovor na konstatnu težnju koja se ogleda u efikasnoj iskorišćenosti resursa, uzimajući u obzir oportunitetne troškove i ograničenja.

5.3.2. *Zakon opadajućih prinosa*

Zakon opadajućih prinosa je ekonomska teorija koja tvrdi da se, uz konstantne nivoe ostalih resursa, dodatni prinos koji se postiže dodatnim jedinicama uloženog resursa smanjuje kako se veći broj tih resursa koristi u proizvodnji. Drugim rečima, kako se povećava količina jednog resursa (na primer, radne snage) u proizvodnji, dodatni prinos (produkcija) koju taj dodatni resurs donosi postaje sve manji.

Ovo se može povezati sa granicom proizvodnih mogućnosti (GPM) i oportunitetnim troškovima na sledeći način:

Primer: Ukoliko se na jednoj farmi proizvode pšenica i kukuruz, pri čemu je na farmi zapošljen jedan radnik za obe kulture uz fiksne resurse zemlje i opreme. Za ilustraciju primera, potrebno je razmotriti razvoj situacije koja nastaje ukoliko se zaposli novi radnik uz pretpostavku da će svaki radnik biti efikasan u oba tipa proizvodnje.

1. Zakon opadajućih prinosa: Kada se doda drugi radnik, ukupna proizvodnja će se povećati, ali dodatni prinos (doprinos pšenice i kukuruza) po radniku može se smanjiti. To je zbog ograničenosti resursa – zemlje, vode i drugih inputa – koji su deljeni između radnika. Što više radnika dodamo, to će svaki naredni radnik doprineti manje.
2. Granica proizvodnih mogućnosti: Ovde se GPM može prikazati kao kriva koja pokazuje maksimalnu kombinaciju pšenice i kukuruza koje farma može proizvesti sa svojim resursima i tehnologijom. Pomeranje sa tačke na GPM ka više kukuruza (koristeći više radnika) može dovesti do manjeg prinosa pšenice po radniku, jer se resursi deljeni između oba tipa proizvodnje.
3. Oportunitetni trošak: Kada se odluči dodati više radnika za proizvodnju kukuruza, oportunitetni trošak se ogleda u propuštanju potencijalne proizvodnje pšenice koju ti dodatni radnici mogu obezbediti. Ovaj trošak je posledica ograničenja resursa – svaki radnik koji se koristi za proizvodnju kukuruza ujedno znači da je manje resursa dostupno za pšenicu.

Ukratko, zakon opadajućih prinosa je povezan sa granicom proizvodnih mogućnosti, ukazujući na to da povećanje korišćenja jednog resursa može dovesti do opadajućih dodatnih prinosa, što se manifestuje kroz GPM i ima implikacije za oportunitetne troškove jer svako povećanje u jednoj oblasti proizvodnje donosi sa sobom gubitak mogućnosti u drugoj. To se odražava na granicu proizvodnih mogućnosti, koja ilustruje maksimalnu kombinaciju dobara koje se mogu proizvesti uz datu tehnologiju i resurse.

Ovaj zakon je usko povezan i sa *marginalnom teorijom* koja se bavi promenama u marginama, uključujući marginalni proizvod i marginalni trošak. Marginalni prinos, koji je ključan u zakonu opadajućih prinosa, ukazuje na to da kako se resursi dodaju, marginalni proizvod opada. Ova teorija naglašava racionalnu alokaciju resursa kako bi se postigla maksimalna korist.

U celini, razumevanje *zakona opadajućih prinosa* pomaže ekonomistima i donosiocima odluka da bolje shvate kako se dodavanje resursa može reflektovati na proizvodnju i racionalnu alokaciju resursa, dok se njegova povezanost sa *marginalnom teorijom i granicom proizvodnih mogućnosti* doprinosi dubljem razumevanju ekonomske dinamike i izbora.

6. TRŽIŠNI POTENCIJAL

Tržišni potencijal predstavlja ukupnu količinu dobara ili usluga koje bi potrošači želeli da kupe ili koriste u određenom vremenskom periodu, na osnovu njihovih potreba i mogućnosti. Ovaj koncept ima ključnu ulogu u planiranju poslovnih strategija i marketinških aktivnosti preduzeća.

Merenje tržišnog potencijala uključuje analizu ukupne tražnje za određenim proizvodom ili uslugom na tržištu. To se često postiže proučavanjem demografskih podataka, ekonomske situacije, navika potrošača i drugih faktora koji utiču na tražnju. Ovaj proces može uključivati kvantifikaciju broja potencijalnih potrošača, njihovih preferencija i sposobnosti za kupovinu.

Ocena tržišnog potencijala je ključni zadatak istraživanja tržišta.⁹⁷ To pomaže preduzećima da razumeju veličinu tržišta, identifikuju potencijalne segmente i utvrde optimalne strategije plasmana proizvoda ili usluga. Ocene tržišnog potencijala često se koriste za planiranje proizvodnje, marketinške kampanje i alokaciju resursa.

⁹⁷ Hanić, H. (2008). *Upravljanje marketingom*. Beograd: Beogradska bankarska akademija, str. 53.

Saznanja o relativnoj veličini tržišta pomažu preduzećima da postavljaju ciljeve prodaje, razvijaju strategije za osvajanje tržišnog učešća i identifikuju potrebna prilagođavanja u svojim marketinškim taktikama.

U suštini, razumevanje tržišnog potencijala je ključno za uspešno planiranje i vođenje poslovanja, omogućavajući preduzećima da se usredsrede na oblasti sa najvećim potencijalom za rast i profit.

Pitanja za proveru znanja:

1. Navedite šta je tržište i objasnite dva osnovna oblika privrede koja su učestvovala u razvoju tržišta.
2. Koje su osnovne funkcije tržišta?
3. Šta je novac i osnovne vrste novca?
4. Koje su osnovne funkcije novca?
5. Šta je oportunitetni trošak?
6. Šta je granica proizvodnih mogućnosti i u kakvoj je vezi sa zakonom opadajućih prinosa?
7. Objasniti teoriju radne vrednosti.
8. Objasniti teoriju marginalne korisnosti.
9. Šta je teorija diferencijacije?
10. Navedite osnovne zakone koje se koriste za ekonomsku analizu.

Glava VI – AKTERI TRŽIŠNE SCENE

Ne brinite šta drugi rade. Budite bolji od samog sebe i obarajte svoje rekorde iz dana u dan. To je uspeh.

VILIJAM BOETKER

UČESNICI NA TRŽIŠTU

Na tržištu, raznoliki pojedinci, organizacije i entiteti igraju centralne uloge koje oblikuju ekonomske tokove. Njihova interakcija ima snažan uticaj na ponudu, tražnju i cene proizvoda ili usluga.

Učesnici na tržištu predstavljaju raznolik skup aktera, od pojedinaца do organizacija, koji su aktivni u različitim sektorima. Njihovi različiti motivi, ciljevi i uticaji stvaraju složen ekosistem tržišta u kojem se oblikuju cene, količinu i kvalitet proizvoda ili usluga.

Ova raznolikost postaje očigledna kroz tri ključne kategorije učesnika:

- Akteri privatnog sektora
- Akteri javnog sektora
- Akteri nevladinog sektora

Važno je imati na umu da se uloge i akteri na tržištu razlikuju u zavisnosti od lokalnih, nacionalnih i regionalnih specifičnosti. Svi ovi učesnici zajedno oblikuju tržišnu dinamiku, ali se često susreću sa različitim izazovima i mogućnostima. Kroz analizu svake kategorije učesnika, može se dobiti vredno znanje o tome kako njihove odluke oblikuju tržište u celini.

1. AKTERI PRIVATNOG SEKTORA

Svaka država poseduje bogatstvo različitih aktera koji doprinose živopisnoj slici tržišta. Osnovni akteri na tržištu su *domaćinstva* i *preduzeća*, i oni čine vitalan deo privatnog sektora društva. Njihove uloge, ciljevi i međusobna interakcija oblikuju osnovu ekonomske aktivnosti na tržištu.

1.1. Domaćinstva kao tržišni akteri privatnog sektora

Domaćinstva predstavljaju pojedince ili grupe ljudi koji donose odluke o potrošnji i zadovoljavanju svojih potreba i želja. Kroz svoje kupovne i potrošačke odluke, domaćinstva utiču na tražnju za različitim proizvodima i uslugama. Takođe, pružaju radnu snagu preduzećima i aktivno učestvuju u oblikovanju tržišnih trendova.

Domaćinstva predstavljaju bitan i neizostavan deo tržišta, čineći osnovnu građevinsku jedinicu ekonomske aktivnosti. Kroz njihovu ulogu tržišnih aktera privatnog sektora, domaćinstva oblikuju i doprinose dinamici tržišta na više načina.

Po Zakonu o popisu stanovništva, domaćinstava i stanova 2022. godine, domaćinstvo je svaka porodična ili druga zajednica lica koja zajedno žive i zajednički troše prihode za podmirivanje osnovnih životnih potreba (stanovanje, ishrana i sl.). Domaćinstvom se smatra i tzv. samačko domaćinstvo, odnosno lice koje živi samo u mestu popisa i nije član drugog domaćinstva u drugom mestu u Republici Srbiji ili inostranstvu. Domaćinstvom se smatra i kolektivno domaćinstvo, tj. domaćinstvo koje čine lica koja žive u verskim ustanovama, ustanovama socijalne zaštite za negu dece i odraslih i drugim ustanovama za privremeni ili stalni smeštaj.⁹⁸

Članom 7. istog zakona precizirano je da se Popisom prikupljaju sledeći podaci o domaćinstvima: adresa stanovanja, ukupan broj članova domaćinstva, srodstvo i sastav porodice, po kom osnovu

⁹⁸ Zakon o popisu stanovništva, domaćinstava i stanova 2022, Republički zavod za statistiku, Službeni glasnik RS, broj 35/2021, čl. 2.

domaćinstvo koristi stan u kome je popisano i da li se članovi domaćinstva bave sopstvenom poljoprivrednom proizvodnjom.

Takođe, članom 8. utvrđeno je da se u Popisu prikupljaju sledeći podaci o stanovima i drugim stambenim prostorijama: adresa, vrsta stambenog prostora, namena stana, oblik svojine, površina stana, broj soba, opremljenost stana, instalacije i pomoćne prostorije, vrsta energije koja se koristi za grejanje, sprat na kome se stan nalazi, kao i podatke o osnovnim karakteristikama zgrade u kojoj se stan nalazi.

Prema rezultatima Popisa stanovništva, domaćinstava i stanova 2022. godine, u Republici Srbiji živi 6.647.003 stanovnika. Popisom su prikupljeni i podaci o 2 589 344 domaćinstava i 3 613 352 stanova.⁹⁹

Popis stanovništva, domaćinstava i stanova u Republici Srbiji sproveden je i u oktobru 2011. godine. Popisom iz 2011. prikupljeni su podaci o 7.186.862 stanovnika, 2.487.886 domaćinstava i 2.423.208 stanova.¹⁰⁰

Upoređujući podatke sa Popisa sprovedenog 2022. i 2011. godine zaključuje se da je broj stanovnika Srbije manji je za oko pola miliona u odnosu na 2011. godinu. Popisom su prikupljeni i podaci o 2,5 miliona domaćinstava i 3,6 miliona stanova. Nije zabeležena značajnija promena u ukupnom broju domaćinstava, dok je ukupan broj stanova veći za 12,3 odsto u odnosu na popis 2011. godine.

Podaci ukazuju na određene demografske promene i njihov potencijalni uticaj na ekonomski aspekt društva kao što su potrošnja, tražnja za nekretninama, radna snaga i tržište rada. Smanjenje broja stanovnika može ograničiti potrošačku tražnju, dok povećanje broja stanova može uticati na tržište nekretnina i građevinsku industriju. Stabilnost broja domaćinstava može značiti da se ekonomske potrebe i preferencije ljudi nisu drastično promenile.

U svakom slučaju, ovi podaci pružaju dublji uvid u dinamiku društva i mogu biti od pomoći prilikom donošenja ekonomskih i razvojnih strategija.

⁹⁹ Srbija, Popis 2022.

¹⁰⁰ Zakon o popisu stanovništva, domaćinstava i stanova 2021. Republički zavod za statistiku. Službeni glasnik RS.

1.1.1. Funkcije domaćinstva

Domaćinstva imaju ulogu kao organizovane potrošačke jedinice unutar ekonomske strukture. Njihove funkcije su mnogobrojne i sveobuhvatne:

Osnovna funkcija domaćinstva je potrošnja. Oni predstavljaju glavne potrošače na tržištu, odlučujući o tome kako će rasporedeliti svoj dohodak kako bi zadovoljili svoje osnovne potrebe i želje kao što su hrana, stanovanje, odeća i obrazovanje. Domaćinstva aktivno utiču na tražnju za proizvodima i uslugama, oblikujući tržišne trendove.

Pored potrošnje, domaćinstva se bave i proizvodnjom dobara i usluga radi zadovoljenja sopstvenih potreba. Ova praksa, poznata kao autokonzum, podrazumeva proizvodnju hrane, odeće, domaćih popravki i drugih dobara unutar domaćinstva. Ovo direktno doprinosi njihovim zadovoljstvima i smanjuje potrebu za kupovinom tih dobara na tržištu.

Domaćinstva se javljaju i u ulozi proizvođača obavljajući pored potrošnje i proizvodnu funkciju.

Osim toga, domaćinstva predstavljaju deo tržišta rada, doprinoseći ekonomskom razvoju kroz zaposlenje i produktivnost, a samim tim i pružaju emocionalnu i socijalnu podršku članovima porodice.

Zaključuje se da članovi domaćinstava igraju aktivne uloge u proizvodnji i ekonomiji. Oni se pojavljuju kao vlasnici proizvodnih resursa u preduzećima, kao nosioci menadžerskih odluka i kao radna snaga. Ova raznovrsna uloga omogućava domaćinstvima da aktivno doprinose ekonomskom razvoju.

1.1.2. Ekonomska uloga domaćinstva

Broj i struktura domaćinstava, kao i njihov dohodak, imaju značajne implikacije. Ekonomski prosperitet domaćinstava, njihova produktivnost i zaposlenost direktno utiču na privredni razvoj.

Ukoliko se izolovano posmatra dohodak domaćinstva može se reći da on igra vitalnu ulogu u ekonomskoj sposobnosti društva, pri čemu se ostvaruje iz različitih izvora, kao što su plate, prihodi od samozapošljavanja, investicije, penzije, prihodi od socijalne sigurnosti i dr. Dohodak omogućava domaćinstvima da zadovolje svoje potrebe, ali takođe utiče na njihovu sposobnost štednje i investiranja, što dodatno potvrđuje njihovu ekonomsku važnost.

Očuvanje i povećanje dohotka domaćinstava doprinosi jačanju tržišta i ekonomske stabilnosti.

Domaćinstva konstantno teže i ka racionalnom ponašanju kako bi maksimizirala korist uz dostupne resurse. Njihova ekonomska funkcija se zasniva na donošenju informisanih odluka o potrošnji, štednji i investicijama sa ciljem da ostvare maksimalno zadovoljstvo od utrošenih sredstava u skladu sa svojim ciljevima i prioritetima. Ovo obuhvata balansiranje prioriteta i postizanje maksimalnih koristi.

Kroz svoje ključne funkcije, dohodak, ekonomsku ulogu i racionalno ponašanje, domaćinstva oblikuju tržište na suštinski način. Njihove odluke i interakcije sa drugim tržišnim akterima doprinose dinamici ekonomske aktivnosti i utiču na oblikovanje ekonomske slike u društvu.

1.2. Preduzeća kao tržišni akteri privatnog sektora

Uopštena definicija poslovnih subjekata ne postoji, već se svaki poslovni subjekt posebno definiše, kako bi se konkretnije izrazila njegova specifičnost. U pokušaju određenja poslovnog subjekta može se reći da je to poslovna organizacija sa svojstvom pravnog lica, koja samostalno obavlja delatnost proizvodnje i prodaje i vršenja usluga na tržištu u cilju sticanja dobiti.¹⁰¹

¹⁰¹ Međedović, S. (2005). *Osnovi prava biznisa*. Novi Pazar: Forum univerzitetskih nastavnika, str. 53.

Preduzeća su organizacije koje stvaraju, proizvode ili pružaju proizvode i usluge za zadovoljenje potreba domaćinstava i drugih preduzeća. Ona igraju ključnu ulogu u stvaranju ponude na tržištu. Osim toga, preduzeća generišu zapošljavanje i doprinose ekonomskom rastu.

Preduzeća se pojavljuju i u ulozi potrošača. U toku ostvarivanja proizvodnih i reprodukcionijskih funkcija, preduzeće nabavlja faktore proizvodnje, kombinuje ih tokom procesa proizvodnje, stvara dobra i usluge, te ih potom prodaje na tržištu kako bi postiglo odgovarajući poslovni rezultat, bilo da je to u vidu profita ili gubitka. Preduzeća teže ostvarivanju profita i inovacijama kako bi se održala konkurentnost na tržištu, a stepen njihove uspešnosti zavisi od opredeljenog tržišnog nastupa.

Jasno je da, uspostavljeni odnos između domaćinstava i preduzeća stvara ravnotežu između ponude i tražnje, što oblikuje cene, kvalitet i kvantitet proizvoda i usluga na tržištu. Privatni sektor se tako proteže širom različitih industrija i sektora, čineći srž ekonomske aktivnosti u društvu

1.2.1. Definisavanje preduzeća i njegovi ciljevi

Svako preduzeće ima svoje vlasnike, svoju imovinu i ciljeve koje pokušava da postigne kroz svoje poslovanje. Vlasnici preduzeća mogu biti pojedinci, kompanije, država ili lokalne vlasti. Oni ulažu novac u preduzeće s namerom da ostvare profit i obavljaju određene poslovne aktivnosti.

Da bi preduzeće moglo da posluje, neophodno je da ima imovinu kojom će obavljati svoje aktivnosti. Vlasnici, osnivači, kao i druga pravna i fizička lica, ulažu imovinu u preduzeće.

Važno je napomenuti da imovina preduzeća nije isto što i imovina vlasnika. Imovina preduzeća obuhvata:

- Materijalna sredstva – pod kojim se podrazumevaju: zemljište, zgrade, mašine, zalihe i drugi fizički resursi.

- Nematerijalna sredstva – koja obuhvataju prava intelektualne svojine, licence i patente.
- Finansijski instrumenti – koji podrazumevaju akcije, obveznice i druge hartije od vrednosti.
- Novac – odnosno finansijska sredstva koja preduzeće ima na raspolaganju.

Ciljevi preduzeća zavise od svrhe njegovog postojanja. Glavni cilj privatnih preduzeća je ostvarivanje profita. Javna preduzeća se fokusiraju na efikasno pružanje usluga od društvenog značaja kao što su vodoprivreda ili snabdevanje električnom energijom. Osim osnovnog cilja, privatna preduzeća treba da uzmu u obzir ciljeve vlasnika, menadžmenta i zaposlenih. Takođe, preduzeća treba da se pridržavaju etičkih principa i da doprinesu širim društvenim ciljevima kao što su razvoj, napredak i blagostanje.

1.2.2. Vrste preduzeća

Preduzeća se mogu klasifikovati na osnovu različitih kriterijuma, a izbor kriterijuma zavisi od specifičnih karakteristika preduzeća. U nastavku teksta daje se nekoliko ključnih kriterijuma za klasifikaciju preduzeća:

Zavisno od delatnosti preduzeća, postoje:

- Proizvodna preduzeća koja se fokusiraju se na proizvodnju kao osnovnu delatnost.
- Trgovinska preduzeća koja posreduju između proizvođača i potrošača.
- Uslužna preduzeća koja se bave pružanjem usluge i pripadaju trećem sektoru ekonomije. Ovaj sektor je u razvijenim tržišnim ekonomijama rastao značajno posle Drugog svetskog rata.
- Finansijska preduzeća koja spadaju u uslužna preduzeća, ali se najčešće svrstavaju u posebnu grupu jer se ističu svojim

značajem i kapitalom. To uključuje banke, osiguravajuća društva, berze i druge institucije koje se bave finansijskim transakcijama.

Preduzeća se mogu razvrstati prema veličini, pri čemu ovakvo razlikovanje igra značajnu ulogu u ekonomskim analizama i politikama, jer različite veličine preduzeća imaju različite uticaje na ekonomiju, tržište rada i konkurenciju.

Osnovne karakteristike preduzeća su polazište u njihovom razlikovanju, pri čemu:

Mala preduzeća karakteriše nizak nivo kapitala i resursa, ograničen broj zaposlenih i često teritorijalno usmerenje na lokalno tržište. Specijalističke ordinacije, lokalne zanatske radnje ili male prodavnice su primeri malih preduzeća, a fleksibilnost i brza prilagodljivost promenama su često prednosti malih preduzeća. Mala preduzeća ne karakteriše samo broj zaposlenih, već i posebne karakteristike poput uticaja na tržište, stvarne nezavisnosti i ličnog uticaja. Mala preduzeća doprinose zaposlenosti, diversifikaciji privredne strukture, inovacijama i tehničkom napretku, čime postaju generatori privrednog rasta. Vlade ih podržavaju kroz različite mere, uključujući poreske olakšice i povoljne kredite. Preduzetničke ideje često se ostvaruju kroz mala preduzeća, nazvana i preduzetničke firme, koje se ističu inovacijama. Preduzetništvo, koje podrazumeva preduzetnički duh, nije ograničeno samo na nova ili mala preduzeća, već obuhvata sve vrste preduzeća.

Srednja preduzeća obično imaju veći kapital, resurse i obim poslovanja u poređenju sa malim preduzećima. Ona često pokrivaju širi geografski opseg tržišta i mogu se suočavati s kompleksnijim poslovnim izazovima. Organizaciona struktura srednjih preduzeća je formalnija, sa više hijerarhijskih nivoa i definisanim radnim mestima. Jedna od prednosti srednjih preduzeća je sposobnost prilagođavanja specifičnim tržišnim zahtevima i fleksibilnost koja ih čini konkurentnima. Takođe, mogu ostvariti ekonomske prednosti kroz snabdevanje većih preduzeća poluproizvodima. Upravljanje

srednjim preduzećima često zahteva profesionalne menadžere, što može dovesti do promene u načinu upravljanja.

Velika preduzeća obično imaju značajan kapital, resurse i zaposlene. Njihov obim poslovanja često obuhvata više regija, država ili čak globalne tržišne segmente. Primeri velikih preduzeća uključuju multinacionalne korporacije sa raznolikim poslovnim granama. Velika preduzeća često imaju centralizovane upravljačke strukture i mogu imati veći uticaj na tržište i ekonomiju u celini. Velika preduzeća mogu nastati internim rastom, tj. povećanjem obima i širenjem aktivnosti, kao i eksternim rastom putem fuzija ili spajanja s drugim preduzećima. Interni rast podrazumeva razvoj sopstvenih kapaciteta, kao što je izgradnja novih fabrika ili razvoj proizvoda. Fuzije i spajanja, koja mogu biti dobrovoljna ili rezultat preuzimanja, često dovode do stvaranja novih entiteta ili preuzimanja prava i obaveza između preduzeća. Proces dobrovoljnog spajanja naziva se merdžer, dok je proces preuzimanja kada se jedno preduzeće protivi pripajanju drugom.¹⁰²

U skladu sa Zakonom o računovodstvu, prema veličini preduzeća se razvrstavaju na mala srednja i velika pravna lica, u zavisnosti od prosečnog broja zaposlenih, godišnjeg prihoda i vrednosti imovine utvrđene na dan sastavljanja finansijskih izveštaja u poslovnoj godini.¹⁰³

Male grupe pravnih lica su grupe koje na datum bilansa matičnog pravnog lica ne prelaze granične vrednosti dva od sledećih kriterijuma:

- prosečan broj zaposlenih 50;
- poslovni prihod 8.000.000 evra u dinarskoj protivvrednosti;
- vrednost ukupne aktive na datum bilansa 4.000.000 evra u dinarskoj protivvrednosti.

¹⁰² Nadoveza, B., Pešić, H. (2014). *Ekonomika preduzeća*. Brčko: Evropski univerzitet, str. 32–36.

¹⁰³ Zakon o računovodstvu, *Razvrstavanje grupa pravnih lica*. Sl. glasnik RS, br. 73/2019 i 44/2021 – dr. zakon, Član 7.

Srednje grupe pravnih lica su grupe koje na datum bilansa matičnog pravnog lica ne prelaze granične vrednosti dva od sledećih kriterijuma:

- prosečan broj zaposlenih 250;
- poslovni prihod 40.000.000 evra u dinarskoj protivvrednosti;
- vrednost ukupne aktive na datum bilansa 20.000.000 evra u dinarskoj protivvrednosti.

Velike grupe pravnih lica su grupe na datum bilansa matičnog pravnog lica prelaze granične vrednosti dva od tri kriterijuma iz stava 2. ovog člana, odnosno pravna lica koja imaju veće iznose od najvećih u pokazateljima

Razvrstavanje grupe u skladu sa navedenim kriterijumima vrši matično pravno lice, samostalno na datum bilansa konsolidovanih godišnjih finansijskih izveštaja i dobijene podatke koristi za tekuću poslovnu godinu. Za preračunavanje deviznih iznosa iz st. 1. i 2. ovog člana u dinarsku protivvrednost, primenjuje se zvaničan srednji kurs dinara, koji utvrđuje Narodna banka Srbije, a koji važi na datum bilansa konsolidovanog godišnjeg finansijskog izveštaja.

Razvrstavanje preduzeća na mala, srednja i velika ima relevantnost i važnost unutar nacionalnih ekonomija, ali nije primenjivo za međunarodno upoređivanje, s obzirom na varijacije u kriterijumima za određivanje veličine preduzeća između različitih zemalja; na primer, ono što se smatra velikim preduzećem u Srbiji neće nužno odgovarati kriterijumu za veličinu preduzeća u Sjedinjenim Američkim Državama ili drugim razvijenim zemljama.

Ovo je bitno iz razloga što mehaničko kopiranje kriterijuma za klasifikaciju preduzeća, kao što su broj zaposlenih, bilansne pozicije i godišnji promet, nije uvek prihvatljivo zbog različitosti nacionalnih ekonomskih konteksta, što zahteva pažljivo prilagođavanje kako bi se odrazile specifičnosti svake zemlje.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Avlijaš, R. (2008). *Preduzetništvo i menadžment malih i srednjih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 9.

Ovi kriterijumi za veličinu preduzeća pomažu analitičarima, vlastima i ekonomistima da razumeju razlike u poslovanju, potrebama i doprinosu različitih vrsta preduzeća u ekonomiji.

Različiti oblici institucionalnog organizovanja preduzeća nude različite načine udruživanja resursa, odgovornosti i upravljanja. U nastavku sledi prikaz različitih oblika institucionalnog organizovanja.

Inokosna preduzeća su najjednostavnija pravna forma i najčešće se odnosi na male preduzetnike koji sami ulažu svoj kapital i vode svoje preduzeće.

Vlasnik preduzeća je nosilac prava i obaveza koje preduzeće stiče i prihvata tokom svog funkcionisanja. Prava i obaveze su ovde personifikovane i pravno asignirane direktno na vlasnike, što znači da se ekonomija preduzeća poistovećuje sa ličnom ekonomijom njenog vlasnika. Garancija za izvršavanje preuzetih obaveza u odnosima sa drugim subjektima kod ovakve firme je imovina njenog vlasnika, a ne samo preduzeća. Stoga se ističe neograničena odgovornost vlasnika preduzeća, što znači da vlasnik garantuje za preuzete obaveze celokupnom ličnom raspoloživom imovinom.¹⁰⁵

Na osnovu navedenog može se zaključiti o prednostima i nedostacima, kao i ograničenjima ove pravne forme organizovanja privredne aktivnosti. Prednosti uključuju zadržavanje pune vlasničke i poslovne kontrole nad preduzećem, brzo i lako osnivanje, nisku potrebnu početnu kapitalnu investiciju, kao i neposrednu nagradu za ličnu inicijativu i preduzetništvo. Međutim, nedostaci uključuju teškoću dolaska do novog kapitala za proširenje materijalne osnove rada, s obzirom da drugi vlasnici kapitala nemaju kontrolu nad njegovom upotrebom.

Kao jednostavan primer ovakvog oblika organizovanja može se navesti lokalna pekara koju vlasnik otvara sa sopstvenim kapitalom i upravlja svim aspektima poslovanja.

¹⁰⁵ Kostić, Ž. i dr. (1993). *Ekonomika preduzeća*. Beograd: Kultura, str. 64.

Društva lica predstavljaju preduzeća u kojima se udružuju dva ili više lica radi obavljanja delatnosti i postizanja određenih ciljeva. U skladu sa tim razlikuju se ortačka i komanditna društva. U ortačkim društvima i komanditnim društvima, obaveze se namiruju iz sredstava društva, a odgovornost osnivača može biti ograničena ili neograničena, zavisno o vrsti društva.

- Ortačka društva u kojim, dva ili više partnera udružuju resurse i odgovornosti radi zajedničkog obavljanja odgovarajuće delatnosti, pri čemu je osnova za nastanak ortakluka ugovor o ortakluku. Ugovor jasno definiše ciljeve formiranja preduzeća, individualne doprinose ortaka, međusobne radne odnose i raspodelu dobiti. Unutrašnja organizacija i odnosi u preduzeću su rezultat slobodnog dogovora ortaka i njihove sposobnosti da prilagode organizaciju svojim ciljevima. Važno je napomenuti da je ortakluk suštinski identičan inokosnom preduzeću, s tim što se u ortakluku udružuje imovina više pojedinačnih lica koja donose poslovne odluke saglasno. Drugim rečima, kao što jedan vlasnik u inokosnom preduzeću garantuje celokupnom imovinom za obaveze preduzeća, ortaci u ortakluku garantuju svojom imovinom za obaveze ortačkog preduzeća. Ortaci solidarno odgovaraju za obaveze društva, što znači da svaki ortak odgovara celom svojom imovinom za obaveze koje drugi ortak ne može ispuniti.¹⁰⁶

Što se tiče oblasti u kojima se ortakluk organizuje, najčešće obuhvata delatnosti gde početni kapital nije veliki i gde su lične sposobnosti i kvalifikacije ortaka ključne, kao što su profesije koje pružaju intelektualne usluge (lekari, pravnici, konsultanti, itd.). Ove specifičnosti ukazuju na prednosti ortačkog društva. Međutim, nedostaci uključuju poteškoće u donošenju zajedničkih odluka, a klauzule koje omogućavaju donošenje odluka bez opšte saglasnosti mogu narušiti jednak tretman ortaka i umanjiti motivaciju za ostanak u ortačkom društvu ili preduzeću.

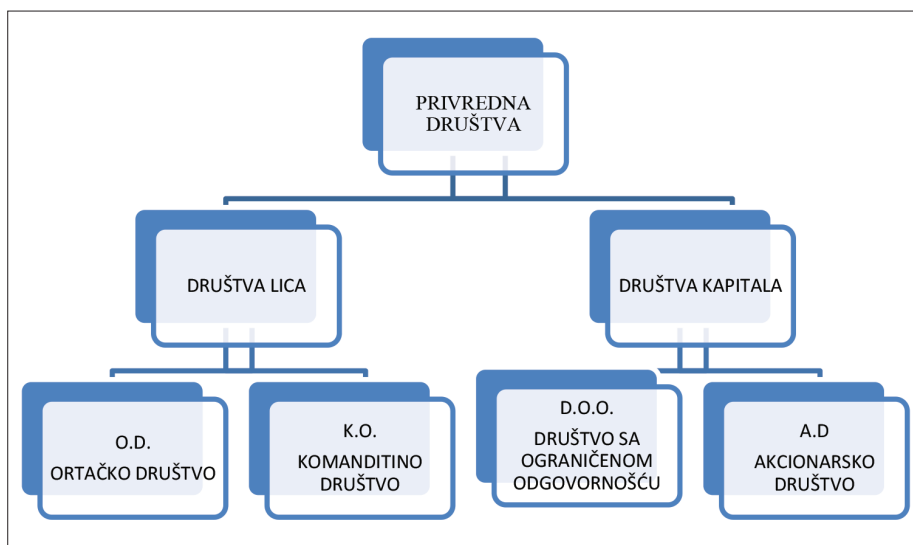
¹⁰⁶ Mitrović, Lj. i drugi (2003). *Osnovi ekonomije*. Priština – Kosovska Mitrovica: Grafotrade, str. 91.

- Komanditna društva su društva u kojima postoje komanditori (kapitalisti) koji pružaju kapital, ali nemaju aktivnu ulogu u upravljanju, i komplementari (aktivni partneri) koji su odgovorni za upravljanje. Komanditori za obaveze preduzeća odgovaraju samo do visine svojih uloga, odnosno unapred uplaćenih sredstava u društvo, dok komplementari, neograničeno solidarno odgovaraju za obaveze prema trećim licima. Na primer, investicioni fond gde komanditori ulažu kapital, a komplementari upravljaju ulaganjima.

Društva kapitala su pravni oblici organizovanja preduzeća koji se odlikuju time da je ključna uloga kapital, a ne identitet vlasnika. Ovo omogućava da ulaganja budu lako prenosiva, a odgovornost vlasnika za obaveze preduzeća ograničena je na visinu njihovih uloga. Drugim rečima, vlasnici ne snose ličnu odgovornost preko svojih uloga. To se može objasniti ulogom u akcije velike tehnološke kompanije. Odgovornost ulagača za poslovne obaveze kompanije ograničava se na iznos koji je uložen kupovinom tih akcija. Ako kompanija ima finansijske probleme ili dugove, lični kapital ulagača nije ugrožen, osim uloga u akcijama. Ovaj pravni oblik omogućava veću mobilnost kapitala i lakše privlačenje investicija, jer investitori znaju da je njihova lična odgovornost ograničena na iznos koji su uložili. Ovo je često slučaj kod društava sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) ili akcionarskih društava (AD) koji su najdominantniji predstavnici društva kapitala. Vlasnici uživaju zaštitu svoje lične imovine i mogućnost da se angažuju u poslovanju s manjim rizikom od potencijalnih gubitaka koji premašuju njihova ulaganja.

- Društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) omogućavaju vlasnicima (osnivačima) ograničenu odgovornost prema svojim ulozima. Na primer, softverska firma u kojoj vlasnici imaju ograničenu odgovornost za dugove firme.
- Akcionarska društva (AD) gde je osnovni kapital ovih preduzeća podeljen na akcije koje se lako prenose. Primer je globalna kompanija koja emituje akcije na berzi radi prikupljanja kapitala.

Način na koji osnivači preduzeća pristupaju riziku i preuzimaju odgovornost za nastale obaveze direktno utiče na varijacije u odgovornosti vlasnika. Ovaj odnos je slikovito prikazan u Slici br. 3 .



Slika 3. Dinamika odgovornosti:
Uticaj osnivača na vlasničku odgovornost u poslovanju

Odluka o izboru između samostalnog, ortačkog ili akcionarskog modela poslovanja nije trenutni misaoni stav koji vlasnici mogu lako promeniti, već predstavlja ključan korak s dugoročnim implikacijama na buduće poslovanje. Stoga, vlasnici treba da pažljivo razmotre ove opcije prilikom donošenja odluka. Često, mala preduzeća preferiraju oblike individualnog vlasništva ili ortačkih preduzeća, dok su srednja preduzeća organizovana kao akcionarska društva, odnosno manje korporacije.¹⁰⁷ Važno je napomenuti da ova opšta pravila mogu varirati u zavisnosti od specifičnosti sektora i lokalnih zakonodavstava.

Raznolikost oblika organizovanja omogućava preduzećima da se prilagode svojim specifičnim potrebama, ciljevima i okruženju, dok istovremeno doprinose raznolikosti ekonomske aktivnosti.

¹⁰⁷ Avlijaš, R., Avlijaš, G. (2013). *Preduzetništvo*. Beograd: Univerzitet Singidunum, str. 79.

1.2.3. Racionalno ponašanje preduzeća

Iako je osnovni cilj svakog privatnog preduzeća postizanje što većeg profita, odnosno dobiti, u kratkoročnom periodu preduzeće može biti usmereno i ka drugim ciljevima. Ovi ciljevi mogu uključivati očuvanje postojeće tržišne pozicije, osvajanje novih tržišta, unapređenje tehnološke osnove proizvodnje ili postizanje bržeg ekonomskog rasta. Iako se ovi ciljevi možda čine različitim, svi se na kraju svode na maksimiziranje profita. Ovi ciljevi i rezultati su važni jer omogućavaju preduzeću da nastavi svoje operacije, ulaže u dalji razvoj i održi finansijsku stabilnost.

Dobit preduzeća jeste razlika između prihoda preduzeća i njegovih rashoda.

$$\text{Dobit preduzeća} = \text{Ukupni prihodi} - \text{Ukupni rashodi}$$

Kada preduzeće ostvari pozitivan rezultat, tj. kada su prihodi veći od troškova, to rezultira ostvarivanjem profita. Međutim, u slučaju da prihodi preduzeća ne uspeju da nadmaše troškove, dolazi do negativnog rezultata i preduzeće beleži gubitak.

Prihodi preduzeća su novčani prilivi koji povećavaju ukupni kapital preduzeća. Način na koji preduzeće ostvaruje prihode zavisi od vrste delatnosti kojom se bavi. Svi prihodi se mogu grupisati u tri osnovne kategorije:

Redovni prihodi koji proizilaze iz uobičajenih aktivnosti preduzeća, kao što su prihodi od prodaje proizvoda ili usluga. Na primer, prodaja telefona predstavlja redovan prihod za kompaniju koja se bavi telekomunikacijama.

Finansijski prihodi se generišu iz finansijskih aktivnosti, kao što su kamate od investicija ili dividende od deonica koje preduzeće poseduje. Na primer, kamate koje preduzeće dobija od svojih bankarskih depozita čine finansijski prihod.

Vanredni prihodi ne proističu iz uobičajenih operacija preduzeća, već to mogu biti posebni događaji ili iznenadni prilivi sredstava, kao

što su prodaja imovine koja više nije potrebna ili naplata potraživanja koja su već otpisana.

Sa druge strane, rashodi preduzeća predstavljaju novčane izdatke koji smanjuju ukupni kapital preduzeća. Rashodi takođe mogu biti kategorisani na isti način kao i prihodi:

Redovni rashodi proizilaze iz svakodnevnih poslovnih aktivnosti, kao što su troškovi materijala, plate zaposlenih, troškovi amortizacije i slično. Na primer, kupovina sirovina za proizvodnju predstavlja redovan rashod.

Finansijski rashodi se odnose na troškove finansijskih transakcija, kao što su kamate na dugove ili ostali troškovi povezani sa zaduživanjem. Na primer, plaćanje kamata na zajam koji je preduzeće uzelo čini finansijski rashod.

Vanredni rashodi se javljaju usled izuzetnih događaja ili neobičnih situacija. To mogu biti iznenadani troškovi ili gubici koji nisu deo uobičajenog poslovanja, kao što su kazne ili popravke nakon nepredviđenih incidenata.

Ovo razdvajanje na redovne, finansijske i vanredne prihode i rashode pomaže preduzeću da bolje razume kako se sredstva kreću kroz njegovo poslovanje i kako različite aktivnosti utiču na ukupni kapital.

Rashodi se pojavljuju kada preduzeće troši vrednost u svojim operacijama, odnosno rashodi nastaju u vezi sa trošenjem vrednosti u preduzeću. Oni su blisko povezani sa konceptom troškova, iako se ova dva pojma ne smeju mešati i izjednačavati.

Troškovi predstavljaju iznos novca koji preduzeće investira u različite elemente proizvodnje, kao što su radna snaga, oprema i sirovine. Troškovi se mogu podeliti na različite načine, ali jedan od ključnih načina klasifikacije je prema tome kako reaguju na promene u obimu proizvodnje. Prema ovom kriterijumu, troškovi se dele na:

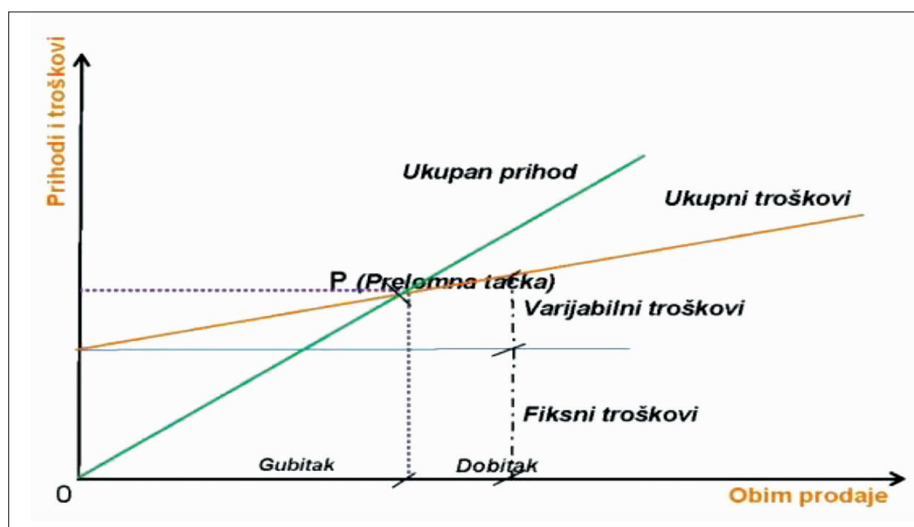
Fiksne troškove koji ne variraju u ukupnom iznosu sa promenama u obimu proizvodnje. Međutim, kako se obim proizvodnje

povećava, fiksni troškovi se raspoređuju na više jedinica proizvoda, što znači da po jedinici proizvoda opadaju. Primeri fiksnih troškova uključuju troškove zakupa prostora, kamata na dugove ili osiguranje. Bez obzira na to da li preduzeće radi ili ne, ovi troškovi postoje.

Varijabilne troškove koji se menjaju i u direktnoj su vezi sa promenama u obimu proizvodnje. Kako se proizvodni obim povećava, varijabilni troškovi se povećavaju proporcionalno. Primeri varijabilnih troškova uključuju troškove sirovina, troškove rada radnika za proizvodnju i drugih resursa koji su direktno povezani sa proizvodnjom.

Razumevanje razlike između fiksnih i varijabilnih troškova pomaže preduzećima da bolje planiraju svoje finansijske tokove i donose odluke o optimizaciji proizvodnje.

Kakav uticaj imaju troškovi na rezultate preduzeća najbolje se može predstaviti preko grafikona rentabiliteta. Pomoću grafikona rentabiliteta može se bolje razumeti kako se ukupan rezultat menja sa obimom proizvodnje i gde prelazi iz gubitka u dobit.



Grafik 3. – Grafikon rentabiliteta

Na grafikonu X osa označava „Obim prodaje“, a Y osa označava „Vrednost (prihod/trošak)“. Tačka gde su ukupni prihod i varijabilni troškovi nula označava početno stanje, kada proizvodnja nije započeta, označavaju početnu tačku (0).

Horizontalna linija predstavlja fiksne troškove (FT), koji ne variraju sa obimom proizvodnje.

Kriva ukupnog prihoda (UP) i kriva varijabilnih troškova (VT) su promenjive, odnosno one rastu kako se obim proizvodnje povećava.

Prva tačka gde se kriva ukupnog prihoda (UP) sretne sa horizontalnom linijom fiksnih troškova (FT) je tačka kada ukupan prihod postaje jednak fiksnim troškovima. Tačka gde linija ukupnog prihoda (UP) seče liniju varijabilnih troškova (VT), predstavlja tačku gde počinje pokrivanje varijabilnih troškova.

Prelomna tačka (P) ili drugačije nazvana tačka rentabilnosti je mesto gde se kriva ukupnog prihoda (UP) poklapa sa ukupnim troškovima (FT + VT). Tada kompanija pokriva sve troškove, ali nema profita, odnosno u ovom trenutku kompanija ne ostvaruje ni dobit ni gubitak, ali je njen rezultat nula.

Nakon tačke rentabilnosti, kriva ukupnog prihoda (UP) raste brže od troškova, označavajući zonu dobitka.

Zona gubitka: Levo od tačke rentabilnosti, ukupni troškovi (fiksn i varijabilni) su veći od ukupnog prihoda. To znači da preduzeće posluje sa gubitkom, jer prihodi ne pokrivaju sve troškove.

Profitna zona: Desno od tačke rentabilnosti, ukupni prihodi postaju veći od ukupnih troškova. Preduzeće u ovoj zoni ostvaruje profit jer je prihod veći od troškova.

Određivanje prelomne tačke je važno zato što se na taj način predviđa trenutak kada će proizvod prestati da „troši“ novac preduzeća i konačno početi da generiše dugoočekivani profit preduzeću.

Prelomna tačka ili tačka rentabilnosti zavisi od više faktora:

- obima proizvodnje (OP)
 - prodajne cene jednog proizvoda (C)
 - fiksnih troškova (FT)
 - varijabilnih troškova (VT)
 - ukupnih troškova (UT), gde su ukupni troškovi $UT = FT + VT \times OP$
 - ukupnog prihoda (UP), gde su ukupni prihodi $UP = C \times OP$
- a profit je $UP - UT = \text{profit}$

U prelomnoj tački nema profita, pa je $UP - UT = 0$

Zbog toga je $C \times OP - (FT + VT \times OP) = 0$ iz čega sledi da je $FT = OP \times (C - VT)$.

Obim proizvodnje potreban da se dostigne prelomna tačka se određuje iz formule:

$$OP = \frac{FT}{(C - VT)}$$

Iz ovoga se može zaključiti da: što su veći fiksni troškovi i veće ulaganje u opremu, potrebno je obezbediti veću prodaju, a u isto vreme, na grafikonu će biti i viša prelomna tačka.

Primer: Ako su fiksni troškovi $FT = 2000$ dinara, cena jedne jedinice proizvoda $C = 50$ dinara, a varijabilni troškovi po jedinici proizvoda $VT = 10$ dinara, prelomna tačka izražena kroz broj proizvoda potrebnih da se proizvedu i prodaju će biti: $2000 / (50 - 10) = 50$. Znači, kompanija mora da proizvede i proda 50 jedinica proizvoda da bi dostigla prelomnu tačku. U slučaju veće tražnje od 50 jedinica proizvoda, kompanija ulazi u zonu dobitka i obrnuto, u slučaju manje tražnje i prodaje od 50 jedinica proizvoda, kompanija ulazi u zonu gubitka.

Grafikon rentabilnosti je alat koji se bavi jednim od veoma važnih indikatora uspešnosti poslovanja preduzeća, a to je njegova sposobnost da ostvari dobit. Rentabilnost preduzeća ilustruje koliko je efikasno preduzeće u generisanju profita, što se može oceniti upoređivanjem uloženog kapitala i ostvarene dobiti:

$$\text{Rentabilnost} = \frac{\text{Dobitak}}{\text{Kapital}}$$

S druge strane, da bi preduzeće poslovalo uspešno, treba da se osigura da njegove operacije ne samo ostvaruju profit i budu u skladu sa principom rentabilnosti, već da budu i efikasne i produktivne.

Efikasnost se meri kroz ekonomičnost koja se bazira na odnosu između onoga što se unosi (input) i onoga što se dobija (output), što znači da se analizira kako ostvareni prihodi stoje u odnosu na ukupne troškove. Ona pruža uvid u unutrašnju ekonomiju preduzeća, istovremeno odražavajući njegovu ekonomsku snagu.

$$\text{Ekonomičnost} = \frac{\text{Ukupan prihod}}{\text{Troškovi poslovanja}}$$

S druge strane, produktivnost ima za cilj merenje efikasnosti proizvodnje ili performanse preduzeća. Ona se izražava odnosom između postignutih rezultata i uloženih resursa. Na primer, produktivnost rada se meri kroz odnos postignutog rezultata i radnih sati ili broja zaposlenih angažovanih za postizanje tog rezultata.

$$\text{Produktivnost} = \frac{\text{Obim proizvodnje}}{\text{Broj radnih sati}}$$

Takođe, produktivnost se može primeniti na različite nivoe, kao što su produktivnost materijala, osnovnih sredstava, specifičnih sektora unutar preduzeća ili celokupnog preduzeća. Na ovaj način, preduzeće može bolje razumeti kako efikasno koristi svoje resurse kako bi postiglo željene rezultate.

1.3. Akteri javnog sektora

U javnom sektoru na tržištu postoji raznovrsnost aktera i organizacija koje obavljaju ključne funkcije od opštedruštvenog i državnog značaja. Ovi akteri imaju odgovornost za pružanje važnih usluga, obavljanje delatnosti i obezbeđivanje dobara koja su neophodna za blagostanje građana i društva u celini. Njihove uloge doprinose održavanju funkcionalnog društva i osiguravanju potrebnih resursa za kvalitetan život svih. Osnovni akter javnog sektora na tržištu su:

1. *Vlada i državne agencije* koje igraju ključnu ulogu u upravljanju javnim resursima i pružanju osnovnih usluga kao što su zdravstvena zaštita, obrazovanje, bezbednost, infrastruktura i drugo. Vlada takođe postavlja regulacije i zakone koji oblikuju tržište i osiguravaju fer konkurenciju.
2. *Javna preduzeća* su organizacije koje obavljaju delatnosti od šireg društvenog i državnog značaja. Ova preduzeća se bave vitalnim aspektima kao što su snabdevanje vodom, električnom energijom, gasom ili poštanskim uslugama. Njihova svrha je osigurati da ove suštinski bitne usluge budu dostupne svim građanima i da se njihov kvalitet i stabilnost ne narušavaju pod pritiskom tržišne konkurencije.

Na primer, može se razmatrati državna elektroprivreda koja obezbeđuje električnu energiju za celu zemlju sa aspekta javnog preduzeća. Ovo je ključna usluga za normalno funkcionisanje društva i privrede. Javna elektroprivreda može osigurati da svaka kuća, kompanija i institucija ima pristup električnoj energiji, bez obzira na njihovu lokaciju ili ekonomske mogućnosti. Osim toga, ovakva organizacija takođe može investirati u održive izvore energije kako bi se doprinelo zaštiti okoline i budućnosti energetske stabilnosti.

Ova vrsta preduzeća ostaju u javnom vlasništvu jer se smatra da privatna inicijativa ili tržišna konkurencija ne bi mogli obezbediti ovakve usluge na pravi način. Javna preduzeća su odgovorna prema društvu i državi u celini i imaju ulogu

osiguravanja ravnoteže između pristupačnosti, kvaliteta i stabilnosti ovih važnih usluga.

3. *Regulatorna tela* su odgovorna za nadgledanje i regulisanje određenih sektora tržišta kako bi se osigurala usklađenost sa zakonima i standardima, kao i zaštita interesa potrošača. Primeri su regulatorna tela za telekomunikacije, energetiku, finansije i sl.
4. *Neprofitne organizacije* deluju takođe u javnom sektoru sa ciljem ostvarivanja društvenih ili humanitarnih ciljeva, a ne zarade. To mogu biti organizacije koje se bave socijalnom zaštitom, zdravstvom, obrazovanjem, zaštitom životne sredine i drugim društveno-korisnim delatnostima.
5. *Lokalne samouprave* upravljaju određenim teritorijama i pružaju usluge na lokalnom nivou, kao što su urbanističko planiranje, komunalne usluge, javni prevoz i druge usluge koje su važne za lokalnu zajednicu.
6. *Državne institucije* koje igraju ulogu u javnom sektoru, kao što su sudovi, poreska administracija, institucije za zaštitu ljudskih prava i mnoge druge.
7. *Obrazovne i zdravstvene institucije* kao što su univerziteti, škole, bolnice i zdravstvene ustanove često funkcionišu u okviru javnog sektora kako bi pružili obrazovanje i zdravstvenu zaštitu građanima.

Država, putem svog raznolikog aparata organa, organizacija i institucija, igra aktivnu i značajnu ulogu na tržištu savremenih društava. Ova prisutnost države se ogleda kroz različite makroekonomske mere koje donosi i primenjuje, kao i putem osnivanja kako profitnih (državnih) preduzeća, tako i neprofitnih (javno-državnih) organizacija koje deluju u javnom interesu.

Sve inicijative i delovanja države imaju za cilj obezbeđivanje stabilnosti, efikasnosti i pravičnosti u tržišnom okruženju, kako bi se zadovoljile osnovne potrebe i interesi društva.

1.3.1. Promene u ulogama države u privrednom sistemu kroz istoriju

Istorija je svedok promena u ulogama države u ekonomiji, što je jasno prikazano kroz različite periode.

U razdoblju nakon Prvog svetskog rata, ekonomski teoretičari su snažno podržavali slobodno delovanje tržišta, verujući u koncept „nevidljive ruke tržišta“ kao mehanizma za eliminisanje neravnoteža. Jednostavno rečeno, pre 30-ih godina XX veka smatralo se da tržište samo po sebi može regulisati ekonomsku aktivnost bez veće intervencije države i taj period karakteriše *minimalni intervencionalizam*.

No, brz tehnološki napredak i povećanje industrijskog i finansijskog kapitala doveli su do fundamentalnih promena u strukturi kapitalističke privrede. Sveprisutna tehnološka evolucija rezultirala je pojavom nepotpune konkurencije i monopola, a kasnije je došlo do Velike svetske ekonomske krize između 1929. i 1933. godine. Teoretičari su počeli da shvataju da tržište nije uvek samoreglativno i da može doći do ozbiljnih neravnoteža i problema, pri čemu monopoli, nepotpuna konkurencija i različite nepravilnosti na tržištu nisu prolazna pojava, već trajna karakteristika kapitalističke ekonomije.

Zbog toga su se promenili pristupi, i država je počela aktivno intervenisati kako bi stabilizovala ekonomiju i obezbedila socijalnu zaštitu.

Ovo je period kada se država pojavljivala kao nosilac tri funkcije:

1. Funkcija tržišnog subjekta koja se ogledala u osnivanju državnih preduzeća, pri čemu je država delovala kao igrač na tržištu putem ovih preduzeća. Ovim je imala dvostruku ulogu: uticala je na konkurenciju i dinamiku tržišta i pružala određene usluge ili proizvode koje su bili od društvenog značaja.
2. Alokativna funkcija se ogleda u prepoznavanju potrebe da država upravlja raspodelom resursa u privredi. To je postignuto kroz mehanizam direktivnog planiranja. Ova uloga omogućila je državi da usmerava proizvodne kapacitete prema ciljevima

ekonomske politike, postavljajući prioritetne sektore i projekte kako bi se ostvarili strateški ekonomski ciljevi.

3. Funkcija zaštite socijalno ugroženih se realizuje u istom vremenskom periodu, gde je država postala svesna potrebe za obezbeđivanjem podrške za one koji su bili socijalno ugroženi. Kroz različite socijalne beneficije, poput besplatnog obrazovanja i zdravstvene zaštite, država je stvarala ravnotežu i pravdu u društvu. Cilj je osigurati da svi građani imaju pristup osnovnim uslugama i šansama, pri čemu će se podsticati ravnoteža u društvu.

Ove funkcije su karakteristične za period posleratnih socijalističkih zemalja, gde je država imala snažan uticaj na ekonomsku aktivnost i tržište. Ove funkcije su realizovane pod okriljem koncepta poznatog kao *koncept države blagostanja*, koji se zalagao za demokratski poredak. Koncept države blagostanja označava model u kojem država postaje zaštitnik socijalno ugroženih delova društva, osiguravajući im pristup socijalnim uslugama i beneficijama. Istovremeno, država ima ulogu u oblikovanju makroekonomske politike kako bi se održala stabilnost i prosperitet za širu populaciju.

Tokom vremena su se pojavile određene poteškoće i izazovi koji su doveli do redefinisanja uloge države, pri čemu se iz koncepta države blagostanja, rađa ideja o novoj ulozi države koja se označava kao *kooperativna država*.

Promene u globalnoj ekonomiji i slobodnoj trgovini zahtevale su fleksibilnost i prilagođavanje privrede, što je uz povećane troškove državnih socijalnih programa stvaralo pritisak na ekonomiju. Ovi izazovi koji su u biti doveli u pitanje efikasnost privrede doprineli su da koncept države blagostanja evoluirao ka konceptu *kooperativne države*.

Kooperativna država podrazumeva aktivno partnerstvo države i privrede u postizanju ekonomske efikasnosti i društvenih ciljeva. Osnovni principi kooperativne države ogledaju se u:

1. Deregulaciji ekonomije i privatizaciji državnih preduzeća čime se promoviše konkurencija i smanjuje direktna kontrola države nad privrednim sektorom.
2. Podršci strateškom razvoju gde država postaje partner privrede u podršci strateškim sektorima i projektima. To može uključivati ulaganje u inovacije, tehnološki razvoj i infrastrukturne projekte.
3. Fokusu na efikasnosti i konkurenciji koji jača, što podstiče privredu na optimalno iskorišćenje resursa i inovacije.
4. Socijalnoj zaštiti i ravnoteži što podrazumeva da država i dalje obezbeđuje socijalnu zaštitu za ugrožene grupe i teži ravnoteži između ekonomske performanse i socijalne pravičnosti.

Dakle, iako koncept države blagostanja nije nestao potpuno, evoluirao je u koncept kooperativne države kako bi se bolje suočio sa promenama u ekonomskom okruženju i globalnoj tržišnoj dinamici. Danas, u XXI veku, uloga kooperativne države se tumači kao nužnost, pri čemu teži da ostvari ravnotežu između ekonomske efikasnosti, društvene pravde i održivosti. Država finansira razvojne projekte, štiti socijalno ugrožene grupe, podstiče ekonomski rast i sama učestvuje na tržištu putem javnih preduzeća. Pitanje opravdanosti državne intervencije u ekonomiju ostaje i dalje izazovno i diskutabilno, sa težnjom da se postigne ravnoteža između efikasnosti i zaštite društvenih interesa.

1.3.2. Razlozi za državnu intervenciju

Državna intervencija u privredu može biti opravdana iz više razloga, i često proističe iz potrebe da se otklone nedostaci ili neravnoteže koje se prirodno javljaju na tržištu. Neki od razloga koji opravdavaju državnu intervenciju su:

1. *Regulisanje imperfektnosti tržišta;*

Savremena tržišta nisu uvek savršena, već često pokazuju nedostatke kao što su monopoli ili nepotpuna konkurencija. Monopoli su situacije u kojima jedan proizvođač kontroliše celokupno tržište za određeni proizvod ili uslugu. Kako bi sprečila zloupotrebu monopolske pozicije, država može intervenisati uspostavljanjem antimonopolskih zakona ili čak prisiliti podele monopolskih preduzeća kako bi se očuvala konkurencija i stimulisali bolji kvalitet i niže cene za potrošače.

2. *Regulisanje eksternih efekata;*

Eksterni efekti koji se često nazivaju i „eksternalije“ javljaju se kada proizvodnja ili potrošnja određenih dobara ili usluga utiče na treće strane koje nisu direktno uključene u proces razmene i trgovine. Eksternalije mogu biti pozitivne (beneficije) ili negativne (troškovi), i često se ne uzimaju u obzir prilikom formiranja cena na tržištu.

Na primer, ako se radi o negativnoj eksternaliji, kao što je zagađenje izazvano fabrikom, to znači da fabrika emituje štetne supstance u okolinu, što može imati ozbiljne posledice na zdravlje ljudi koji žive u toj okolini. Troškovi ovog zagađenja, kao što su lečenje bolesti povezanih sa zagađenjem ili smanjenje produktivnosti zbog lošeg zdravlja, ne ulaze direktno u cenu proizvoda koji fabrika proizvodi.¹⁰⁸ To znači da se troškovi tih efekata prenose na društvo, a ne samo na samu fabriku ili kupce proizvoda.

Kako bi se suočila sa ovakvim situacijama, država može primeniti različite mere kao što su postavljanje ekoloških standarda, naplata ekoloških poreza, subvencioniranje čistih tehnologija i dr. Cilj ovih mera je da se internalizuju eksternalije, odnosno da se troškovi ili koristi koje proizlaze iz eksternih efekata odraze na cenu dobara ili usluga na tržištu. Na taj način se

¹⁰⁸ Radičić, M., Raičević, B. (2008). *Javne finansije – teorija i praksa*. Beograd: Ekonomski fakultet Subotica, str. 28.

teži postizanju bolje ravnoteže između privatnih interesa pojedinaca ili preduzeća i širih društvenih interesa, kao što su zaštita okoline i javnog zdravlja.

3. *Preraspodela dohodaka;*

Svaka društvena zajednica ima različite kategorije stanovništva koje, iz različitih razloga, nisu u mogućnosti da samostalno ostvare dohodak koji bi im omogućio zadovoljavajući životni standard. Ove kategorije mogu uključivati bolesne osobe, invalide, pojedince sa niskim primanjima, nezaposlene i slično. U tržišnoj privredi, raspodela dohodaka se često odvija prema principu konkurencije i interakcije ponude i tražnje. Međutim, ovakva raspodela može dovesti do nepravednih i disproporcionalnih rezultata, gde određeni slojevi društva ostaju bez adekvatne podrške i pristupa resursima.

Kako bi se izašlo u susret ovim izazovima i postigla socijalna pravda, država može preduzeti korake da interveniše i obezbedi ravnotežu. Jedan od ključnih načina kojim država ostvaruje svoju socijalnu funkciju je sistem socijalnih davanja i transfera. Ovi programi omogućavaju da se sredstva prikupljena od poreza i drugih izvora usmere ka onima kojima je to najpotrebnije.

Ova podrška može uključivati novčane isplate, subvencije za osnovne potrebe poput stanovanja, hrane, zdravstvene zaštite, obrazovanja i drugih ključnih usluga. Cilj je obezbediti da svi građani imaju pristup osnovnim životnim potrebama i da se smanji jaz u standardu života među različitim društvenim slojevima. Osim toga, država može primeniti poresku politiku koja promovise socijalnu ravnotežu. To može uključivati progresivno oporezivanje¹⁰⁹, gde se bogatiji pojedinci i korporacije

¹⁰⁹ Prema članu 89. *Zakona o porezu na dohodak građana RS*, godišnji porez na dohodak građana plaćaju fizička lica koja su u kalendarskoj godini ostvarila dohodak veći od trostrukog iznosa prosečne godišnje zarade po zaposlenom isplaćene u republici u godini za koju se utvrđuje porez, prema podacima republičkog organa nadležnog za poslove statistike. S obzirom na to da je poreska stopa progresivna, za primenu konkretne

oporezuju većim stopama u odnosu na one sa nižim primanjima. Prikupljena sredstva iz ovakvih poreza se potom mogu koristiti za finansiranje programa socijalnih davanja i infrastrukturnih projekata koji doprinose zajedničkom blagostanju.

4. *Podsticanje privrednog rasta i stabilnosti;*

Država može igrati ključnu ulogu u podržavanju privrednog rasta i održavanju stabilnosti. To može uključivati finansiranje razvojnih projekata, infrastrukturnih investicija i istraživanja i razvoja. Takođe, država može primenjivati makroekonomske politike kako bi održala stabilnost u ekonomiji, na primer, kroz monetarnu i fiskalnu politiku.

5. *Obezbeđivanje javnih dobara;*

Javna dobra su dobra koja su od suštinskog značaja za društvo i često se ne bi pružala od strane privatnog sektora, jer privatni tržišni akteri ne bi mogli da ostvare dobit pružajući ih. To mogu biti infrastrukturne usluge poput puteva, mostova, obrazovanja i zdravstvenih usluga. Država obično interveniše obezbeđivanjem ovih dobara i usluga kako bi osigurala njihovu dostupnost i pristupačnost svim građanima.

6. *Odgovor na krize;*

Država može intervenisati u ekonomiju kako bi reagovala na ekonomske krize ili nepredviđene događaje kao što su recesije ili prirodne katastrofe. To može uključivati injekcije likvidnosti u ekonomiju, podršku radnicima koji su izgubili posao i druga hitna finansijska sredstva.

Sve ove razloge za državnu intervenciju karakteriše potreba da se postigne ravnoteža između ekonomske efikasnosti, socijalne

poreske stope bitan element je iznos oporezivog dohotka. Godišnji porez na dohodak građana plaća se na osnovicu iz člana 88. ovog zakona, po sledećim stopama: na iznos do šestostruke prosečne godišnje zarade 10% + 15% na iznos preko šestostruke prosečne godišnje zarade.

pravde, privrednog rasta i stabilnosti. Država donosi političke odluke i sprovodi mere koje se temelje na specifičnim potrebama i prioritetima društva u cilju postizanja što boljeg ravnotežnog rezultata.

1.3.3. Razlozi protiv državne intervencije

Iako državna intervencija može imati pozitivne efekte, kao što su socijalna pravda i ravnoteža, preterana intervencija može dovesti do niza negativnih posledica, koje se ogledaju u sledećem:

1. Birokratizacija i neefikasnost;

Državna intervencija u ekonomiji često vodi do povećanja birokratije i administracije na svim nivoima – mikro, lokalnom, makro, nacionalnom i globalnom. Ovo može rezultirati sporim odlučivanjem, povećanim troškovima poslovanja i nedostatkom inovacija. Birokratizacija može značiti da donošenje odluka postaje komplikovano i tromo, što može smanjiti ukupnu ekonomsku efikasnost. Na primer, produženi birokratski postupci za dobijanje dozvola ili odobrenja mogu usporiti poslovne aktivnosti i otežati novim preduzetnicima da uđu na tržište.

2. Ekonomska kriza i neravnoteža;

Prekomerna državna intervencija može izazvati ekonomske krize i neravnoteže. Kada država preuzme kontrolu nad privredom i smanji slobodu tržišta, to može dovesti do inflacije, nestašice dobara i usluga, kao i privrednog stagniranja. Na primer, gušenje tržišnih mehanizama može dovesti do nerealnih cena, što dalje može izazvati inflaciju i narušiti stabilnost ekonomije.

3. Gubitak fleksibilnosti i prilagodljivosti;

Prekomerna državna intervencija može ograničiti tržišnu fleksibilnost i sposobnost privrede da se prilagodi promenama. Kada država ima veliku ulogu u donošenju ekonomskih

odluka, teško je brzo reagovati na promene u tržištu ili uvođenje novih tehnologija. Ovo može usporiti ekonomski rast i sprečiti razvoj konkurentne i inovativne privrede.

Postizanje balansa između državne intervencije i slobodnog tržišta ostaje ključno pitanje za ekonomske teoretičare i političke odlučioce.

1.3.4. Racionalno ponašanje države

Racionalno ponašanje države u ekonomiji podrazumeva da država donosi odluke i sprovodi politike koje su usmerene ka postizanju najboljih mogućih ishoda za društvo i ekonomiju kao celinu. Ovaj koncept se oslanja na ekonomske principe i teorije, pretpostavljajući da država deluje kao racionalni akter koji maksimizira dobrobit i efikasnost, uzimajući u obzir dostupne resurse i ciljeve društva.

Racionalno ponašanje države ima duboke korene u ekonomskoj teoriji i političkim shvatanjima, a različiti pristupi nude raznovrsne interpretacije. U nastavku teksta sledi prikaz nekoliko alternativnih načina da se izrazi značaj i priroda racionalnog ponašanja države:

1. Princip predstavljanja volje građana;

Po ovom principu, racionalno ponašanje države može se posmatrati kao sposobnost vlade da efikasno izražava i implementira volju građana. Ovaj pristup stavlja naglasak na demokratske procese i transparentnost, gde su političke odluke odraz preferencija¹¹⁰ i interesa građana.

2. Socijalno blagostanje i maksimizacija koristi;

Racionalna država može se posmatrati i kao entitet koji teži maksimizaciji ukupnog socijalnog blagostanja. Ovaj pristup zahteva da država balansira interese različitih slojeva društva i donosi politike koje povećavaju dobrobit što većeg broja ljudi.

¹¹⁰ Tvorac pojma preferencija je italijanski ekonomista Vilferdo Pareto.

3. *Održavanje ekonomske ravnoteže i rasta;*

Racionalno ponašanje države može se odnositi na sposobnost vlade da održava ekonomsku ravnotežu i podržava održiv ekonomski rast. Fokus je na stvaranju uslova za stabilnost i dugoročni prosperitet putem ekonomske politike.

4. *Upravljanje resursima i efikasnost alokacije;*

Ova perspektiva stavlja naglasak na optimalno raspodeljivanje resursa kako bi se postigla najefikasnija alokacija i maksimizirala društvena dobrobit.

5. *Sprečavanje tržišnih nepravilnosti;*

Racionalno ponašanje države može se definisati i kao sposobnost vlade da interveniše radi sprečavanja tržišnih nepravilnosti, poput monopola, informacionih asimetrija ili eksternalija. Cilj je osigurati da tržište funkcioniše što je moguće efikasnije.

S obzirom na širok spektar mogućih interpretacija, različite države mogu usvojiti različite pristupe u zavisnosti od svojih vrednosti, istorijskog konteksta i specifičnih ciljeva. Važno je shvatiti da nijedan od ovih pristupa nije nužno isključujući i da se često mešaju i kombinuju kako bi se postigao holistički pristup upravljanju državom i ekonomijom. Međutim, važno je imati na umu da se u stvarnom svetu suočavamo sa složenim interakcijama i neizvesnostima, što može uticati na sposobnost države da uvek deluje potpuno racionalno. Međutim, važno je napomenuti da su u stvarnom svetu permanentne složene interakcije i neizvesnosti, što može uticati na sposobnost države da uvek deluje potpuno racionalno.

1.4. Akteri nevladinog sektora

Nakon proučavanja tržišnih aktera koji se dele na privatni i javni sektor, ostaje još nevladin sektor kao ključna komponenta društva. *Nevladin sektor*, takođe poznat kao *civilno društvo* ili treći sektor, obuhvata različite organizacije i inicijative koje nisu deo privatnog sektora ili javnog sektora.

Ovaj sektor se sastoji od neprofitnih organizacija i grupa koje deluju u javnom interesu radi postizanja različitih društvenih, humanitarnih, kulturnih, ekoloških i drugih ciljeva. Kroz raznovrsne aktivnosti, nevladin sektor dopunjuje ulogu države i tržišta, igrajući ključnu ulogu u promovisanju socijalne dobrobiti i podržavajući različite aspekte društva.

Nevladine organizacije i udruženja često igraju ključnu ulogu u oblastima kao što su: humanitarne aktivnosti, zaštita ljudskih prava, ekologija i očuvanje prirode, razvoj zajednice, kultura i umetnost, istraživanje i zagovaranje i druge. Ove organizacije često zavise od donacija, volonterskog rada i drugih oblika podrške kako bi ostvarile svoje ciljeve. To mogu biti udruženja građana, neprofitne organizacije, dobrotvorne fondacije, nevladin organizacije, sindikati, religijske zajednice, kulturni klubovi i slično. Ovaj sektor igra ključnu ulogu u angažovanju građana, zagovaranju društvenih promena i podršci zajednicama kako bi ispunile svoje ciljeve.

1.4.1. Racionalno ponašanje aktera nevladinog sektora

Motiv osnivanja i delovanja aktera nevladinog sektora nije ostvarivanje profita i uvećanje kapitala, nego služenje svim članovima društva, ili služenje samo članovima određenih društvenih grupa. To je racionalno ponašanje aktera nevladinog sektora. Zbog takvog ekonomskog ponašanja, organizacije nevladinog sektora se nazivaju i neprofitne organizacije.

Često se čini da su najveći podsticaji za osnivanje i delovanje u nevladinom sektoru temeljeni na dubokoj želji da se ostvare pozitivne promene u društvu. Ove organizacije često prepoznaju prazninu u pružanju određenih usluga ili podrške koje su važne za različite zajednice. Na primer, nevladina organizacija koja je osnovana na lokalnom nivou kako bi pružila podršku deci sa posebnim potrebama ili kako bi podigla svest o zaštiti okoline.

Društveni uticaj i angažman su često glavni pokretači za osnivanje nevladinih organizacija. To su entiteti koji deluju kao most između

pojedinaca, zajednica i vlade, doprinoseći obogaćivanju društva različitim inicijativama, programima i aktivnostima. Racionalno ponašanje ovih organizacija podrazumeva pravilno upravljanje resursima kako bi se postigli dugoročni društveni ciljevi i omogućila održiva promena.

Pitanja za proveru znanja:

1. Ko su akteri tržišne scene?
2. Navedite učesnike/aktere:
 - a. Privatnog sektora

 - b. Javnog sektora

 - c. Nevladinog sektora

3. Šta je domaćinstvo i koja je osnovna, a koje su pomoćne funkcije domaćinstva?
4. Koje su ekonomske uloge domaćinstava?
5. Šta je preduzeće i koja je osnovna, a koje su pomoćne funkcije preduzeća?
6. Objasniti koje oblike privrednih društava razlikujemo.
7. Koji od navedenih oblika privrednih društava spadaju u društva lica?
 - a. Društvo sa ograničenom odgovornošću
 - b. Akcionarsko društvo
 - c. Komanditno društvo
 - d. Ortačko društvo
8. Šta obuhvata imovina preduzeća?
9. Objasniti podelu preduzeća prema delatnosti?

10. Objasniti podelu preduzeća prema veličini i kriterijume koji ih određuju po veličini.
11. Šta je inokosno preduzeće ili preduzetnik?
12. Objasniti akcionarsko društvo.
13. Objasniti društvo sa ograničenom odgovornošću.
14. Objasniti komanditno društvo.
15. Objasniti ortačko društvo.
16. Objasniti različite oblike organizovanja preduzeća kroz društva kapitala i ukazati na njihove specifičnosti.
17. Šta su redovni, šta finansijski, a šta vanredni prihodi?
18. Šta su rashodi?
19. Šta su troškovi i koje vrste troškova postoje u odnosu na promene u obimu proizvodnje?
20. Objasniti prelomnu tačku.
21. Navedite osnovne funkcije države.
22. Navedite i objasnite razloge za državnu intervenciju.
23. Navedite razloge za i protiv državne intervencije.

Glava VII – TRŽIŠNE STRUKTURE

Biznis je večna borba sa preprekama i konkurencijom. To nikada nije otvoren put osim kada vodi u poraz. Svaki veliki uspeh se postiže samo borbom, posle koje se na pobedniku vide ožiljci.

HERBERT KASON

1. DINAMIKA KONKURENCIJE

Konkurentska dinamika označava kompleksan proces međusobnog delovanja preduzeća unutar određene industrije. To proizlazi iz uzajamnih akcija, odnosno proaktivnih inicijativa, i reakcija, tj. odgovora, preduzeća koja se takmiče na tržištu. U osnovi, konkurencija se ogleda u naporima različitih preduzeća da postignu dugoročnu konkurentsku prednost, istovremeno prateći i reagujući na poteze konkurencije.

Konkurentska akcija označava značajne napore jednog preduzeća usmerene na stvaranje prednosti u odnosu na druge aktere na tržištu. Sa druge strane, konkurentska reakcija podrazumeva odgovarajuće aktivnosti drugih preduzeća kao odgovor na konkurentske akcije. Važno je napomenuti da preduzeća koja su snažno vezana za određeno tržište, načelno brže reaguju na promene izazvane konkurencijom.¹¹¹

Tržišna konkurencija je dinamičan proces u kojem prodavci i kupci međusobno konkuriraju kako bi ostvarili ciljeve u vezi s kupovinom i prodajom robe i usluga. Ova dinamika igra ključnu ulogu u oblikovanju cena, kvaliteta i dostupnosti proizvoda.

¹¹¹ Milisavljević, M. (2007). *Savremeni strategijski menadžment*. Beograd: Megatrend Univerzitet, str. 177.

U tržišnoj konkurenciji, preduzeća se takmiče kako bi privukla potrošački dohodak i ostvarila veći udeo na tržištu. Istovremeno, potrošači teže da ostvare maksimalnu korist iz svojih kupovina. Konkurencija, dakle, nije ograničena samo na interakciju između prodavaca, već se proteže na sve aktere na tržištu.

Ključne karakteristike tržišne konkurencije uključuju:

1. *Tržišna utakmica između prodavaca*

Prodavci se međusobno takmiče kako bi privukli što veći broj kupaca i ostvarili veće prihode. Ovaj konkurencijski pritisak podstiče ih da poboljšaju kvalitet proizvoda, prilagode cene i inoviraju kako bi privukli pažnju i lojalnost kupaca.

2. *Tržišna utakmica između kupaca*

Kupci takođe mogu uticati na konkurenciju. Kako se kupci trude da dobiju što povoljnije uslove, uključujući niže cene i bolji kvalitet, prodavci su pod pritiskom da se prilagode tim zahtevima kako bi privukli i zadržali kupce.

3. *Tržišna utakmica između prodavaca i kupaca*

Ova dinamika se ogleda u pregovorima između prodavaca i kupaca. Prodavci nastoje da postignu bolju prodaju i više cene, dok kupci teže da dobiju bolje uslove i niže cene. Ovaj stalni pregovarački proces podstiče prilagođavanja i inovacije na obe strane.

Dinamičnost konkurencije utiče na održavanje efikasnog tržišta. Konkurencija podstiče efikasnost i inovacije, smanjuje monopolističke tendencije i štiti interese potrošača kroz bolji izbor i povoljnije cene. Kroz ovu interakciju između prodavaca i kupaca, tržišna konkurencija pomaže održavanju balansa između različitih ekonomskih interesa na tržištu.

2. TRŽIŠNA STANJA

Tržišna stanja predstavljaju različite oblike konkurencije i tržišnih uslova koji se razvijaju kao rezultat delovanja između različitih tržišnih učesnika. Ova stanja variraju u zavisnosti od faktora kao što su: broj učesnika na tržištu, snaga tih učesnika, karakteristike robe i usluga koje se nude, elastičnost ponude i tražnje, prisutnost barijera za ulazak ili izlazak iz industrije, i mnogi drugi.

Upravo ova raznolikost konkurentskih odnosa i tržišnih uslova dovela je do prepoznavanja više različitih tržišnih stanja osim ekstremnih slučajeva potpune konkurencije i potpunog monopola.

Hajnrih fon Štackelberg (Heinrich von Stackelberg)¹¹² je nemački ekonomista koji je izveo tipologiju tržišta uzimajući u obzir broj učesnika na strani ponude i tražnje koja je i danas opšteprihvaćena i relevantna u analizi ekonomske teorije i prakse. Njegova tipologija pomaže u razumevanju različitih oblika konkurencije i ponašanja na tržištu, pri čemu obuhvata devet različitih tržišnih stanja, prikazanih u sledećoj tabeli:

Tabela 6. Štackelbergova klasifikacija tržišta

		Broj kupaca		
		Mnogo	Malo	Jedan
Broj prodavaca	Mnogo	Potpuna konkurencija	Oligopson	Monopson
	Malo	Oligopol	Bilateralni oligopol	Kvazimonopson
	Jedan	Monopol	Kvazimonopol	Bilateralni monopol

Svaka kolona u tabeli označava različito tržišno stanje, pri čemu:

1. Potpuna konkurencija se odnosi na veliki broj prodavaca i kupaca na tržištu. Proizvodi su homogeni (identični). Nijedan pojedinačni učesnik nema značajan uticaj na cenu. Cena je određena tržištem.

¹¹² Stackelberg, Henrich von (1934). Marktform und Gleichgewicht. Wien–Berlin.

2. Oligopson: Mali broj kupaca i veliki broj prodavaca. Ovo je situacija gde postoji mali broj kupaca koji dominiraju tržištem dok postoji mnogo prodavaca.
3. Monopson: Jedan kupac i mnogo prodavaca. Ovo se dešava kada postoji samo jedan kupac na tržištu, što omogućava tom kupcu veći uticaj na određivanje cena.¹¹³
4. Oligopol: Predstavlja tržišno stanje u kom postoji mali broj ključnih igrača (organizacija) na tržištu. Ovi igrači međusobno konkurišu ili čak sarađuju, što može stvoriti dinamičnu situaciju. Oligopoli se često javljaju u industrijama gde su ulaganja visoka i gde postoji nekoliko velikih igrača. Zbog relativno manjeg broja igrača u odnosu na potencijalno ogroman broj u slučaju konkurencije, oligopoli često imaju sposobnost da utiču na cene i količine na tržištu, slično monopolu. Međutim, prisustvo većeg broja igrača može dovesti do dinamike međusobnog nadmetanja i kompleksnih strategija, uključujući cenovnu konkurenciju, inovacije, reklame i često čak i sporazume među igračima. Tako, dok monopol predstavlja situaciju sa samo jednim igračem, oligopol sa malim brojem ključnih igrača, predstavlja nešto „mekšu“ verziju ograničavanja konkurencije u odnosu na monopol, ali i dalje može imati negativne efekte na potrošače i tržišnu efikasnost.¹¹⁴
5. Bilateralni oligopol: Mala grupa prodavaca i kupaca. Ovo je situacija gde mali broj prodavaca deluje zajedno sa sličnim brojem kupaca. Odluke jednog učesnika utiču na reakcije drugih.
6. Kvazimonopson: Jedan kupac i mali broj prodavaca. Ovo je situacija gde postoji jedan dominantan kupac sa malim brojem prodavaca.

¹¹³ Young, J. (2020). Monopsony. <https://www.investopedia.com/terms/m/monopsony.asp>

¹¹⁴ McKinna, T. (2019). *The Coles and Woolworths duopoly has killed Australian brands.*

7. Monopol: Jedan prodavac i mnogo kupaca. Ovo je situacija gde postoji samo jedan prodavac na tržištu, koji vrši veliki uticaj na cene i količine.
8. Kvazimonopol: Jedan prodavac i malo kupaca. Slično kao „kvazimonopson“ za kupce, gde se situacija dešava sa jednim kupcem i malo prodavaca.
9. Bilateralni monopol: Ovaj pojam se odnosi na situaciju gde postoje samo jedan prodavac i samo jedan kupac na tržištu. Ovo je ekstremna forma monopolne tržišne strukture gde se samo dve strane susreću: jedan prodavac i jedan kupac. Odluke prodavca i kupca imaju direktni uticaj na tržište i cene.

Ekonomska teorija jasno razlikuje „čista“ tržišna stanja, koja predstavljaju idealizovane ekstreme u kojima dominira samo jedan prodavac ili kupac, i „parcijalna“ tržišna stanja, koja odražavaju realniju sliku tržišnih interakcija.¹¹⁵ Ova razlika se jasno vidi u Štackelbergovoj matrici koja identifikuje različite kombinacije broja prodavaca i kupaca.

„Čista“ tržišna stanja predstavljaju ekstremne slučajeve gde se tržište karakteriše prisustvom samo jednog prodavca (monopol) ili jednog kupca (monopson). U ovim stanjima, taj jedan učesnik ima potpunu kontrolu nad cenom i količinom.

S druge strane, „parcijalna“ tržišna stanja odnose se na situacije u kojima, pored jednog ili nekoliko dominantnih prodavaca ili kupaca (monopolisti ili monopsonisti, oligopolisti ili oligopsonisti), postoji i veći ili manji broj drugih učesnika, tzv. „autsajdera“. Ovi autsajderi nemaju značajan uticaj na formiranje cena i količina na tržištu. Ovakvi učesnici mogu imati manju tržišnu moć i manji uticaj na celokupnu dinamiku tržišta u odnosu na glavne igrače.

Ova distinkcija između čistih i parcijalnih tržišnih stanja pomaže ekonomistima da bolje razumeju različite nivoe konkurencije i kako se tržišne cene i količine formiraju pod različitim uslovima.

¹¹⁵ Meta, M. (2012). *Mikroekonomska analiza*. Novi Pazar: Internacionalni univerzitet u Novom Pazaru, str. 329.

Pored kriterijuma broja učesnika, na kojima se bazira predstavljena klasifikacija tržišnih stanja, američki nobelovac Pol Samjuelson uvodi još dva druga kriterijuma: stepen diferenciranosti proizvoda i mogućnost uticaja pojedinačnih prodavaca i kupaca na tržišnu cenu. Uvažavajući ove kriterijume Samjuelson definiše tri različita tržišna stanja:¹¹⁶

- savršenu konkurenciju
- nesavršenu konkurenciju i
- čisti (potpuni) monopol.

U *savršenoj konkurenciji* postoji veliki broj malih prodavaca i kupaca koji prodaju i kupuju homogene proizvode. Nijedan prodavac ili kupac nema dovoljno veliku tržišnu moć da utiče na cenu. Firme su cena-uzimači, što znači da prihvataju cenu koju tržište određuje. Nema prepreka za ulazak ili izlazak iz industrije. Karakteristike savršene konkurencije uključuju nulte profitne cene na dugoročnom nivou, što znači da nijedna firma ne ostvaruje dugoročne ekonomske dobiti (profit) iznad normalnog nivoa. Fiksni troškovi se pokrivaju, ali ne ostvaruje se dodatna zarada. Ako bi neka firma privremeno ostvarila višak profita, to bi privuklo nove firme na tržište, što bi povećalo konkurenciju i snizilo cene, dovodeći do ravnoteže gde su profiti ponovo nulti. U suštini, nulte profitne cene odražavaju stanje tržišne konkurencije gde nema dugoročnih ekonomskih dobitaka ili gubitaka, i gde se konkurencija uspostavlja na način koji osigurava jednakost prihoda i troškova na dugoročnom nivou.

Pod *nesavršenom konkurencijom* spadaju različite tržišne strukture, pri čemu firme imaju nešto veću sposobnost da utiču na cene i količine nego što je to slučaj u savršenoj konkurenciji. U Samjuelsovoj interpretaciji nesavršene konkurencije, glavna karakteristika je međuzavisnost između firmi. To znači da akcije jedne firme (kao što su promene cena, količina ili marketinški potezi) imaju direktan uticaj na ponašanje drugih firmi u istoj industriji. Ova međuzavisnost je obično prisutna u situacijama oligopola ili monopolističke

¹¹⁶ Samuelson, P. A., William D. Nordhaus (2010). *Economics* (19 izd.). Boston, pp. 26.

konkurencije. On pravi suštinsku razliku između tih oblika nesavršene konkurencije:¹¹⁷

Nesavršenu konkurenciju koju karakteriše *prisustvo velikog broja proizvođača* koji nude proizvode koji se međusobno razlikuju po nekim obeležjima (stvarnim ili samo formalnim razlikama). Ova različitost može uključivati faktore kao što su kvalitet, stil, dizajn, brendiranje ili druge karakteristike.

Iako naizgled postoji obilje proizvođača, ova situacija ne garantuje potpunu konkurenciju. Konkurencija može biti ograničena iz nekoliko razloga. Prvo, iako postoji veliki broj igrača, proizvodi se i dalje mogu biti suštinski isti, što znači da potrošači nemaju dovoljno različitih opcija iz kojih biraju. Ovo može stvoriti situaciju u kojoj firme ne moraju nužno da se trude da diferenciraju svoje proizvode kako bi osvojile tržište. Takođe, iako ne postoji dominacija jednog igrača, situacija se može komplikovati ako tržište postane pretrpano brojnim firmama koje se bave sličnim poslovima. Ovaj višak ponude može dovesti do smanjenja cena i uslova za sve proizvođače, što dalje može ograničiti njihovu sposobnost da ostvaruju veće profite. Ovakav scenario ukazuje na to da prisustvo velikog broja igrača nije nužno garant za optimalnu konkurenciju ako se tržište ne razvija u ravnotežu gde proizvodi zaista nude različite vrednosti potrošačima. Ova vrsta nesavršene konkurencije ukazuje na kompleksnost dinamike tržišta gde se konkurencija može manifestovati ne samo kroz cene već i kroz različite karakteristike koje proizvodi pružaju.¹¹⁸

Nesavršenu konkurenciju sa *malim brojem proizvođača koji nude homogeni proizvod* (vrlo mala ili nikakva diferencijacija), zbog čega se konkurencija često bazira na ceni. Iako se čini da ima nekoliko proizvođača, njihova sličnost čini tržište nesavršenim jer mogu postojati ograničenja na cene i količine koje postavljaju ovi proizvođači.

Nesavršena konkurencija sa *malim brojem proizvođača sa naglašenom diferencijacijom* se odnosi na situaciju u kojoj postoji

¹¹⁷ Meta, M. (2012). *Mikroekonomska analiza*. Novi Pazar: Internacionalni univerzitet u Novom Pazaru, str. 332.

¹¹⁸ Slobodan, K. (1992). *Makroekonomija*. Beograd: Glas.

nekoliko proizvođača, ali su njihovi proizvodi diferencirani i različiti jedni od drugih. Ova diferencijacija može biti u smislu kvaliteta, dizajna, brenda ili drugih karakteristika. Ovde konkurencija može biti zasnovana ne samo na ceni, već i na karakteristikama koje čine proizvode jedinstvenim.

Treći oblik je tržišno stanje *potpunog monopola*. U čistom (potpunom) monopolu postoji samo jedan prodavac na tržištu, a nema bliskih suparnika ili alternativnih izvora (supstituta). Monopolista ima potpunu kontrolu nad cenom i količinom. Firma može postaviti cenu koju želi i prilagoditi proizvodnju prema svojim preferencama. Ovde ne postoji konkurencija koja bi smanjila ovu moć, što je u suprotnosti sa oblicima nesavršene konkurencije gde je u sva tri oblika kontrola nad cenom ograničenog dometa. Monopoli se mogu formirati kroz različite načine, kao što su ekskluzivni resursi, patenti ili zakonski monopoli.

Savremeno poslovanje na tržištima često se kreće između dva ekstremna tržišna stanja – potpune konkurencije i potpunog monopola. Međutim, u stvarnim ekonomskim okruženjima, ovakva čista tržišna stanja retko postoje. Umesto toga, javljaju se različiti oblici nesavršene, odnosno ograničene konkurencije koji su bliži realnim uslovima ekonomskog života. Ovi oblici obuhvataju različite stepene kontrolisane konkurencije, gde firme imaju različite nivoe tržišne moći.

Da bi se bolje razumela tržišna stanja karakteristična za stvarne privrede, važno je razmotriti osnovne karakteristike potpune konkurencije i potpunog monopola.

3. POTPUNA KONKURENCIJA

Tržište potpune konkurencije predstavlja apstraktan koncept, idealno tržišno stanje. Na takvom tržištu, proizvodi različitih preduzeća su potpuno identični i ne razlikuju se po karakteristikama, markama ili drugim obeležjima po kojima bi ih kupci mogli prepoznati. Ova

uniformnost proizvoda dovodi do savršeno elastične krive potražnje sa kojom se suočava svako preduzeće. Drugim rečima, svako povećanje cene proizvoda iznad cene konkurenata bi dovelo do gubitka tržišnog udela i eliminacije sa tržišta. Cena na ovom tržištu se formira putem interakcije između prodavaca (ponude) i kupaca (potražnje). Svako preduzeće prihvata tržišnu cenu kao neizbežnu i koristi je kao osnovu za svoje poslovne odluke.

Važno je napomenuti da, iako tržište potpune konkurencije može biti apstraktan model, njegovo izučavanje pomaže ekonomistima da razumeju osnovne principe konkurencije, interakciju između cena i količine, kao i uticaj tržišnih sila na ponašanje firmi i konačne ekonomske rezultate. Ova teorijska konstrukcija čini osnovu za razvoj naprednijih modela i predstavlja tradicionalni stav savršene konkurencije, tržišnog automatizma, koji treba napustiti jer stvarnost na tržištu je postojanje monopola i nesavršene konkurencije.¹¹⁹

3.1. Uslovi postojanja savršeno konkurentnog tržišta

Da bi se razumeo proces formiranja cena i određivanja optimalnog obima proizvodnje i prodaje na savršeno konkurentnom tržištu, potrebno je početi sa osnovnim pretpostavkama koje ovakvo tržište uspostavlja. Autori koji istražuju tržišne strukture ističu pet ključnih uslova koji definišu teorijski model savršeno konkurentnog tržišta, a to su:

- *Atomiziranost ponude i potražnje;*

Atomiziranost ponude i potražnje označava prisustvo ogromnog broja pojedinačnih prodavaca i kupaca određenog proizvoda, pri čemu svaki od njih ima zanemarljivo malu ekonomsku snagu na tržištu, što dovodi do toga da nijedan pojedinačni prodavac ili kupac ne može značajno uticati na formiranje cene.

Na savršeno konkurentnom tržištu, tržišna cena se smatra parametarskom veličinom, odnosno veličinom koja je postavljena

¹¹⁹ Chamberlin, E. (1933). *The Theory of Monopolistic Competition*.

kao konstantna i prihvaćena od strane svih aktera na tržištu. Tržišna cena se ne može pojedinačno menjati niti povećavati niti smanjivati od strane bilo kojeg pojedinca. Promene u tržišnoj ceni su rezultat delovanja svih prodavaca i kupaca zajedno, a ne pojedinačnih akcija.

Definicija savršeno konkurentnog tržišta kao tržišta sa velikim brojem prodavaca i kupaca može biti diskutabilna jer nedostaje kvantitativni prag koji bi označavao šta tačno znači „veliki broj“. Umesto toga, predlaže se upotreba operativnog kriterijuma koji se fokusira na sposobnost pojedinaca da utiču na tržišnu cenu. Ako nijedan od učesnika na tržištu ne može značajno uticati na cenu, tada se može govoriti o tržištu sa velikim brojem prodavaca i kupaca. Međutim, ukoliko neko od pojedinaca svojim aktivnostima može znatno uticati na tržišnu cenu, tada se tržišno stanje može smatrati kao tržište koje je izvan okvira savršeno konkurentnog tržišta. Ova razmatranja naglašavaju ulogu interakcije između cena i ponašanja pojedinaca na tržištu u definisanju nivoa konkurencije i tržišne strukture.

- *Homogenost proizvoda;*

Na savršeno konkurentnom tržištu se pretpostavlja prisustvo homogenih proizvoda, što znači da su proizvodi svih prodavaca potpuno identični i mogu zameniti jedan drugog. Na takvom tržištu, veliki broj prodavaca prodaje isti proizvod, a kupci ih percipiraju kao proizvode potpuno jednakih karakteristika i kvaliteta. Ova pretpostavka naglašava da kupci, pri istoj ceni, ne preferiraju nijednog prodavca u odnosu na drugog.

Ovakva situacija u teoriji može biti diskutabilna, budući da su u stvarnom životu sitni detalji i faktori, poput usluge, ambijenta ili brenda, ti koji mogu uticati na preferencije kupaca.

Na primer, čak i elementi kao što su „osmesi prodavačica“ ili marketinške kampanje mogu doprineti stvaranju naklonosti kupaca i izazvati različitost među proizvodima. Takođe, proizvođači često koriste različite marketinške strategije kako bi stvorili percepciju razlike između svojih proizvoda i proizvoda konkurenata, čak i ako su razlike simbolične.

- *Neograničena mobilnost resursa;*

Savršeno konkurentno tržište pretpostavlja da su preduzeća u mogućnosti slobodno da ulaze ili izlaze iz određene industrijske grane, te da se resursi koje koriste mogu lako preusmeriti u druge svrhe. Ova pretpostavka podrazumeva odsustvo pravnih, proizvodnih ili finansijskih prepreka koje bi sprečavale ulazak ili izlazak preduzeća iz određene tržišne grane. U suštini, bilo koja firma može započeti ili prekinuti proizvodnju u toj grani bez ozbiljnih ograničenja.

Međutim, ovo se teže postiže u praksi, posebno ako zahteva značajna kapitalna ulaganja ili angažovanje specifičnih resursa. Na primer, ulazak u novu granu proizvodnje može zahtevati značajna početna ulaganja u opremu i osoblje, dok napuštanje neke grane može biti finansijski rizično ukoliko su resursi specifični i nemaju široku alternativnu upotrebu. Ove barijere ulaska i izlaska mogu se pojaviti u obliku visokih troškova prilagođavanja ili gubitka uložених sredstava.

Savršeno konkurentno tržište pretpostavlja odsustvo ovakvih prepreka, što omogućava preduzećima da lako prilagode svoje poslovanje prema promenama u tražnji i uslovima tržišta. Ovo takođe podrazumeva da tržište funkcioniše bez značajnih intervencija države, a mehanizam ponude i tražnje samostalno reguliše cenu i količinu.

- *Savršena informisanost prodavaca i kupaca*

Na savršeno konkurentnom tržištu, svi učesnici, kako kupci tako i prodavci, su potpuno obavešteni o svim trenutnim tržišnim uslovima. Nema ekskluzivnih informacija ili tajnih podataka koji bi mogli da budu iskorišćeni da se stvori nepravedna prednost. Ova pretpostavka temelji se na ideji da su svi učesnici potpuno informisani o svojim potrebama, troškovima proizvodnje, raspoloživim tehnologijama i cenama. Ne postoji mesto za iznenađenja ili neizvesnost.

Na osnovu ove pretpostavke, učesnici na tržištu donose odluke koje su potpuno racionalne i zasnovane na potpunom znanju o tržišnim uslovima. To znači da bi odluke koje bi doneli nakon izvršenih

transakcija bile iste kao one koje donose pre same transakcije. Ova savršena informisanost omogućava svim učesnicima da reaguju na promene na tržištu u skladu sa svojim interesima.

U suštini, savršeno informisanje podrazumeva da se tržište odvija bez bilo kakvih asimetrija informacija, gde nijedan učesnik ne zna ništa više ili manje od ostalih. Ovo doprinosi transparentnosti tržišta i omogućava bolje funkcionisanje mehanizma ponude i tražnje.

- *Maksimizacija profita kao motiv preduzeća*

U svetu poslovanja, motivacija preduzeća predstavlja suštinski faktor koji usmerava njihove aktivnosti i odluke. Maksimizacija profita je često istaknut kao jedan od ključnih motiva za funkcionisanje preduzeća. Ovaj cilj odražava težnju vlasnika i menadžmenta da ostvare što veći finansijski rezultat i povrate na svoje ulaganje. U stvarnosti, većina preduzeća ima za cilj da ostvari što veći profit, jer on obezbeđuje sredstva za dalji rast, razvoj, istraživanje i inovacije. Profit je ne samo nagrada za rizik i napore uložene u poslovanje, već i izvor sredstava za buduće investicije. Ovaj pristup podstiče preduzeća da efikasno alociraju resurse, prate tržišne trendove i kontinuirano teže unapređenju svoje konkurentске pozicije.

Međutim, postoji kontinuirana debata o tome da li je maksimizacija profita jedini i ispravan cilj preduzeća. Kritičari ističu da fokusiranje isključivo na profit može dovesti do neetičkog ponašanja, ignorisanja društvenih odgovornosti i štetnih posledica po zaposlene, zajednicu i okolinu. U odgovoru na ove kritike, koncepti društvene odgovornosti preduzeća (Corporate Social Responsibility – CSR) sve više dobijaju na značaju. Preduzeća se sve više pozivaju da razmotre svoj doprinos društvu, zaštitu životne sredine, unapređenje radnih uslova i druge aspekte koji prelaze okvire ekonomske dobiti.

Danas, mnoga preduzeća usvajaju holistički pristup, nastojeći da balansiraju ekonomske ciljeve sa društvenim i ekološkim. To ne znači da je maksimizacija profita napuštena kao motiv, već da se ona posmatra u širem kontekstu održivosti i dugoročnog doprinosa.

Upravljanje profitom postaje deo šire strategije koja uključuje zadovoljavanje potreba svih zainteresovanih strana, očuvanje integriteta preduzeća i doprinos društvu u celini.

4. MONOPOLSKO TRŽIŠTE

Monopol predstavlja oblik tržišne strukture u kojem postoji samo jedan prodavac ili ponuđač koji kontroliše snabdevanje određenog proizvoda ili usluge, dok nema direktnih konkurenata na tom tržištu.¹²⁰ Monopoli su suprotnost savršene konkurencije, gde postoji mnogo malih konkurentskih preduzeća koja nemaju kontrolu nad cenom i uslovima na tržištu.

U slučaju monopolista, situacija je takva da monopolističko preduzeće ima potpunu kontrolu nad cenom proizvoda. To je zbog toga što nema drugih ponuđača na tržištu koji bi mogli uticati na cenu ili konkurenciju. Monopolista je jedini izvor tog proizvoda ili usluge za potrošače, što mu daje značajnu moć da određuje cenu prema kojoj će prodavati. Na primer, jedan od većih monopolista na svetskom nivou jeste kompanija Microsoft i njen operativni sistem Windows. Pri kupovini personalnog računara, obično je instalirana određena verzija operativnog sistema Windows. Da bi mogli da koriste operativni sistem, posle isteka licence, koji je obično na novim računarima instaliran na godinu dana, neophodno je da produžite licencu i platite Microsoftu 100 \$, kao ekskluzivnom proizvođaču i distributeru.

Krivu potražnje za monopoliste karakteriše nagnutost nadole, što znači da cena i količina proizvoda imaju inverzni odnos. To znači da monopolista mora sniziti cenu kako bi prodao više proizvoda i obrnuto. On se trudi da odabere optimalni obim proizvodnje gde je granični prihod (prihod od prodaje poslednje prodane jedinice) jednak graničnom trošku (trošku proizvodnje poslednje prodane jedinice). Ovaj obim proizvodnje nije isti kao na savršeno konkurentnom

¹²⁰ Friedman, M. (februar 2002) [1962]. *Capitalism and Freedom*. Monopoly and the Social Responsibility of Business and Labor. The University of Chicago Press, pp. 208.

tržištu, jer monopolista mora uzeti u obzir reakciju potrošača na promene cena.¹²¹

Postavlja se pitanje da li monopolista ima apsolutnu slobodu u određivanju cena svog proizvoda?¹²² Da li Microsoft može odrediti cenu svog sistema od 1000\$? Iako monopolista ima veću slobodu u određivanju cena u poređenju sa savršenom konkurencijom, on nije potpuno neograničen. Moraju uzeti u obzir elastičnost potražnje – kako će promene cena uticati na promene u količini tražnje. Ako cena bude previsoka, potrošači mogu odbiti da kupe proizvod, što bi moglo smanjiti ukupnu prodaju i profit monopoliste. Važno je napomenuti da osnovni cilj monopolista i dalje ostaje maksimizacija profita, ali su njegove odluke o cenama i količini proizvodnje podložne složenijim uticajima zbog nedostatka konkurencije na tom tržištu.

Na tržištu može, međutim, postojati i situacija suprotna monopolu – to je monopolista sa strane tražnje. Ovo se dešava kada postoji samo jedan kupac za određeni proizvod ili uslugu, što ovom kupcu daje značajnu moć da utiče na uslove i cene po kojima će kupovati taj proizvod. Tržište u kojem postoji monopol sa strane tražnje se naziva monopson.¹²³

Monopson predstavlja situaciju u kojoj postoji jedan dominantan kupac na tržištu, koji ima sposobnost da nameće uslove snabdevanja proizvodima ili uslugama od prodavaca. Ovaj oblik tržišne strukture je suprotan monopolu, gde jedan prodavac kontroliše tržište. Monopson može dovesti do neravnoteže u pregovaračkoj moći između prodavaca i kupca, što može uticati na cene i obim

¹²¹ Blinder, Alan S; Baumol, William J; Gale, Colton L. "11: Monopoly". *Microeconomics: Principles and Policy* (paperback). Thomson South-Western, 2001, str. 212. ISBN 0-324-22115-0. "A pure monopoly is an industry in which there is only one supplier of a product for which there are no close substitutes and in which is very difficult or impossible for another firm to coexist".

¹²² Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, str. 315.

¹²³ Robinson, J. (1969). *The Economics of Imperfect Competition* (2nd ed.). London: Macmillan.

trgovine na tom tržištu. Dobar primer monopsoniste jeste tržište kakaa u zemljama Gane, Obale slonovače, gde postoji veliki broj malih proizvođača ove sirovine a uglavnom jedan kupac, koji dalje na svetskom tržištu distribuira kakao.

4.1. Osnovne postavke modela

Potpuno monopolističko tržište, ili monopolistička konkurencija, predstavlja tržišno stanje sa sledećim karakteristikama.

- *Postoji samo jedan prodavac (ili kupac) određenog proizvoda;*

Ova karakteristika ukazuje na to da na takvom tržištu postoji samo jedno preduzeće koje nudi određeni proizvod ili uslugu. To znači da ne postoji nijedno drugo preduzeće koje se takmiči direktno sa tim prodavcem u pružanju istog proizvoda ili usluge. Ova specifičnost se često naziva „čisti monopol“, i predstavlja ekstremno tržišno stanje u kojem jedan subjekt kontroliše snabdevanje ili tražnju za određenim proizvodom ili uslugom.

Pretpostavka o postojanju samo jednog prodavca (monopoliste) ili kupca (monopsonista) je ključna karakteristika monopola ili monopsona. U kontekstu čistog monopola, ovaj subjekt ima potpunu kontrolu nad cenama i uslovima na tržištu, jer nema konkurencije koja bi mogla uticati na ta tržišta. Ovo je dijametralno suprotno savršeno konkurentnom tržištu, gde postoji veliki broj učesnika sa zanemarljivom individualnom ekonomskom snagom.

Iako su teorijski modeli čistog monopola retki u realnom svetu, oni služe kao ekstremni okviri za razumevanje dinamike i posledica koncentracije moći na tržištu. U stvarnom svetu, često se srećemo sa različitim oblicima tržišnih struktura kao što su oligopoli (mali broj velikih konkurenata) ili tržišta sa ograničenom konkurencijom, gde postoji neka konkurencija, ali ne dovoljno da se postigne savršena konkurencija.

- *Proizvod koji monopolista proizvodi i prodaje nema svojih bliskih supstituta¹²⁴ i komplementa¹²⁵.*

Pretpostavka o potpuno diferenciranom proizvodu monopolskog preduzeća, proizvoda koji samo on proizvodi i koji nema svojih bliskih zamena ili dodataka, ima ključnu ulogu u razumevanju funkcionisanja monopola. Ova pretpostavka je važna jer omogućava monopolisti da kontroliše cenu i količinu proizvoda na tržištu bez direktnih uticaja sa drugih tržišta. Drugim rečima, monopolističko preduzeće je jedini izvor tog proizvoda i nema konkurentske alternative koja bi mogla da utiče na njegovu poziciju.

Ako bismo pretpostavili da „monopolski“ proizvod ima zamene ili dodatke koji su dostupni na drugim tržištima, to bi moglo izazvati

¹²⁴ Supstituti su proizvodi ili usluge koji se mogu koristiti kao zamene jedni za druge, tj. imaju slične karakteristike i ispunjavaju iste osnovne potrebe ili funkcije. Kada se cena ili dostupnost jednog proizvoda promeni, potrošači mogu preći na upotrebu drugih proizvoda koji zadovoljavaju iste ili slične potrebe. Na primer, ako razmatramo dva brenda gaziranih pića, Coca-Colu i Pepsi, ova dva proizvoda se često smatraju supstitutima jednog za drugim. Ako cena Coca-Cole poraste, neki potrošači mogu odlučiti da pređu na kupovinu Pepsija kao zamene, jer obe ove marke zadovoljavaju želju za gaziranim pićem.

Supstituti nisu nužno identični proizvodi, već samo imaju dovoljno sličnih karakteristika da budu alternativa jedni drugima. Važno je napomenuti da stepen supstitucije može varirati. Neki proizvodi mogu imati visok stepen supstitucije, što znači da potrošači lako mogu preći sa jednog proizvoda na drugi. Drugi proizvodi mogu imati nizak stepen supstitucije, gde nije lako naći adekvatnu zamenu. Konceptija supstituta je ključna u ekonomiji jer utiče na ponašanje potrošača, tržišne cene i dinamiku konkurencije.

¹²⁵ Komplementi su proizvodi ili usluge koji se koriste zajedno kako bi se ispunile određene potrebe ili postigao određeni cilj. To su proizvodi koji se međusobno dopunjuju i često se koriste u kombinaciji da bi se ostvarila bolja ili potpunija korist.

Na primer, ako razmatramo kompjutere i softver, oni se često smatraju komplementima. Kompjuteri i softver su međusobno povezani jer kompjuteri pružaju platformu za pokretanje softverskih aplikacija, dok softver omogućava kompjuterima da obavljaju različite zadatke. Bez softvera, kompjuteri bi imali ograničenu funkcionalnost, a bez kompjutera, softver ne bi imao platformu za izvođenje.

Drugi primer su automobili i gorivo. Automobili i gorivo su takođe komplementi, jer je gorivo neophodno kako bi automobili mogli da funkcionišu. Bez goriva, automobili ne bi mogli da se koriste za vožnju.

Koncept komplementa je važan u ekonomiji jer utiče na potrošačke navike i tržišnu dinamiku. Promene u ceni ili dostupnosti jednog komplementarnog proizvoda mogu uticati na potražnju ili tražnju za drugim proizvodom.

određene efekte čak i ako monopolista ne preduzima nikakve promene. Na primer, ako se cene supstituta (zamena) smanje, potražnja za „monopolskim“ proizvodom bi mogla da opadne jer potrošači prelaze na jeftinije alternative. S druge strane, snižavanje cena komplementara (dodataka) koji se koriste uz „monopolski“ proizvod može povećati potražnju za samim „monopolskim“ proizvodom.

Međutim, pretpostavka o potpuno diferenciranom proizvodu je upravo ono što definiše „čisti“ monopol. To znači da događaji na drugim tržištima ne bi trebalo da imaju direktni uticaj na cene i potražnju „monopolskog“ proizvoda. Ova pretpostavka se čini logičnom, jer ukoliko bi promene na drugim tržištima imale uticaj na monopolističko tržište, monopolistička moć bi bila kompromitovana.

U suštini, pretpostavka o potpuno diferenciranom proizvodu osigurava da se analiza fokusira na jedinstvenu poziciju i moć monopoliste na njegovom tržištu, bez komplikacija iz drugih oblasti. To omogućava jasniju analizu i razumevanje specifičnih efekata i dinamike koje su karakteristične za „čisti“ monopol.

- *Na monopolskom tržištu su prisutne jake barijere ulaska i izlaska.*

Pretpostavka o barijerama ulaska i izlaska je ključna za razumevanje modela monopola. Barijere su kao prepreke koje otežavaju ili onemogućavaju da druga preduzeća uđu na tržište i konkurišu monopolisti. Te prepreke mogu biti različite – kao što su zakonske zaštite, visoki početni troškovi ili specijalno znanje koje monopolista ima.

Na primer, ukoliko postoji firma koja poseduje patent za revolucionarni proizvod. Taj patent ih štiti od konkurencije, jer drugi ne smeju da kopiraju taj proizvod i prodaju ga dok patent traje. Ovo bi bio primer zakonske barijere.

Takođe, visoki početni troškovi, kao što su ulaganja u specifične tehnologije ili infrastrukturu, mogu odbiti nove ulaznike jer im je teško ili preskupo da se nadmeću sa monopolistom.

Ako ne bi bilo tih prepreka, više firmi bi moglo ući na tržište i to bi dovelo do situacije gde nema više samo jedan prodavac, već više njih („oligopol“).

- *Tržišni akteri (monopolista i kupci) raspolažu savršenim i besplatnim informacijama o tržišnim prilikama.*

Kao i kod savršeno konkurentnog tržišta, u teorijskom modelu čistog monopola pretpostavlja se da svi učesnici na tržištu (kao što su monopolista i kupci) imaju potpune i besplatne informacije o tome što se dešava na tržištu. Iako ova pretpostavka može biti pomalo nerealna u stvarnom svetu, ona nam pomaže da bolje razumemo kako bi monopol mogao da funkcioniše u idealnom okruženju.

Ukoliko na primer, postoji preduzeće “InovaTech” koje je jedini proizvođač posebnih uređaja za pametne domove koji omogućavaju ljudima da kontrolišu svetla, termostate i aparate putem pametnih telefona. Pretpostavka je da svi potrošači imaju detaljne informacije o tome šta “InovaTech” nudi i koliko ti uređaji koštaju. Treba zamisliti da su ti uređaji napravljeni kako bi ljudima uštedeli vreme i energiju. Na primer, osoba koja se vraća kući umorna sa posla želi da je dočeka topao dom. Sa uređajima “InovaTech”, može da podesi termostat unapred putem svog pametnog telefona, tako da je kuća topla kad stigne. Ova mogućnost uštede vremena i udobnosti može biti veoma privlačna za potrošače.

Zato, kada “InovaTech” odredi cenu za svoje uređaje, potrošači će razmotriti koliko im je isplativo i važno da imaju te pogodnosti. Ako cena uređaja odražava uštedu vremena i udobnosti koju pružaju, potrošači će biti spremni da plate više. Ako “InovaTech” pokuša da postavi visoku cenu koja nije opravdana prednostima uređaja, potrošači mogu odlučiti da se radije oslanjaju na tradicionalne metode kontrole doma. Takođe, “InovaTech” treba da zna koliko košta proizvodnja tih uređaja kako bi doneli ispravne poslovne odluke. Ako cena uređaja padne ispod troškova proizvodnje, to bi moglo ugroziti profitabilnost preduzeća.

Iako ova pretpostavka o savršenim informacijama nije uvek primenjiva u stvarnom svetu, ona pomaže da se analizira kako bi monopolista i potrošači reagovali kad bi svi imali pristup tačnim i besplatnim informacijama o tržištu.

- *Monopolsko preduzeće maksimizira svoj ukupan profit.*

Poslednja pretpostavka se temelji na ideji da je osnovni cilj monopolskog preduzeća da maksimizira svoj ukupan profit. Ova pretpostavka je slična onoj kod savršeno konkurentnog tržišta, gde su preduzeća takođe usmerena na maksimizaciju profita.

Ukoliko, na primer, nadogradimo primer preduzeća “InovaTech” može se objasniti težnja za postizanjem najvećeg mogućeg profita putem prodaje specijalnih pametnih uređaja.

Kako bi postigli ovaj cilj, “InovaTech” će pažljivo proceniti različite faktore koji utiču na ukupni profit. Na primer, ako postave cenu svojih uređaja previsoko, to bi moglo odbiti potrošače i smanjiti ukupan broj uređaja prodatih na tržištu. S druge strane, postavljanje cena prenisko takođe ima svoje rizike, kao što su potencijalno niži prihodi po svakom prodatom uređaju.

Dodatno, “InovaTech” će marljivo upravljati svojim troškovima proizvodnje i resursima. Na primer, mogu se fokusirati na optimizaciju proizvodnog procesa kako bi smanjili troškove ili efikasnije nabavili materijale. Ovo smanjenje troškova proizvodnje omogućava im da postignu veću razliku između prihoda i troškova, što u krajnjem slučaju doprinosi ukupnom profitu.

Iako se povremeno čuje da monopolska preduzeća mogu imati i druge ciljeve, kao što su povećanje tržišnog učešća ili rasta preduzeća, većina ekonomskih teorija ukazuje da je ostvarivanje ukupnog profita osnovni i ključni cilj monopola. Ovi drugi ciljevi obično služe kao sredstva kojima “InovaTech” postiže dugoročnu maksimizaciju profita.

4.2. Uzroci nastanka monopola u tržišnim privredama

Nastanak monopola u tržišnim privredama može biti rezultat različitih faktora i okolnosti, a mogu se svrstati u dva osnovna tipa:

1. *Sprečavanje potencijalnih rivala da uđu na tržište:*

- **Pravna ograničenja:** Država može uspostaviti zakone ili regulacije koje daju određenim firmama ekskluzivno pravo da pružaju određene usluge ili proizvode na tržištu. Na primer, država može dati jednoj firmi monopol nad pružanjem poštanskih usluga ili javnog prevoza.
- **Patenti:** U mnogim industrijama, firme razvijaju proizvode ili tehnologije koje su zaštićene patentima ili drugim oblicima intelektualne svojine. Ovo može dati firmi ekskluzivno pravo da prodaje taj proizvod ili uslugu na tržištu bez konkurencije od strane drugih dok traje patent. To može dovesti do privremenog monopola. Bez patenata, postoji verovatnoća da pojedinci i preduzeća ne bi bili motivisani da ulažu značajna sredstva u istraživanje i razvoj, jer bi svako novo otkriće moglo biti kopirano od strane konkurencije.

U Srbiji, trajanje patenta iznosi 20 godina od dana podnošenja zahteva za registraciju. Ovaj pravni mehanizam pruža nosiocu patenta ekskluzivno pravo na korišćenje zaštićenog pronalaska na teritoriji zemlje. Važno je napomenuti da patent, koji može obuhvatiti inovativne proizvode ili poboljšane postupke u različitim oblastima tehnike i tehnologije, ima ograničeno dejstvo isključivo na teritoriji Republike Srbije ukoliko je priznat od strane Zavoda za intelektualnu svojinu.¹²⁶

U SAD, patent traje 17 godina, tokom kojih vlasnici patenata imaju monopol na svoje izume. Nakon isteka tog perioda, tehnologija opisana u patentu postaje slobodna za korišćenje

¹²⁶ Zavod za intelektualnu svojinu Republike Srbije.

od strane drugih. Produžavanje trajanja patenta može povećati motivaciju izumitelja da ulažu u istraživanje i razvoj, jer im pruža veću mogućnost ostvarivanja dobiti.¹²⁷

- Kontrola nad resursima: Ako firma poseduje ključne resurse ili inpute potrebne za proizvodnju, to joj može dati značajnu kontrolu nad tržištem. Na primer, firma koja poseduje retke sirovine ili sirovine potrebne za proizvodnju određenog proizvoda može postati monopolista jer drugi nemaju pristup tim resursima, zbog čega ne mogu ući na tržište i konkurisati.

2. Troškovna prednost nad rivalima:

- Tehnička superiornost: Firma koja poseduje napredniju tehnologiju ili inovacije može proizvoditi bolje proizvode ili usluge od konkurenata. To joj daje prednost na tržištu i može je dovesti do monopolske pozicije.
- Ekonomije obima: Veće firme često mogu ostvariti ekonomske prednosti kroz ekonomije razmere, što znači da što više proizvode, troškovi proizvodnje po jedinici se smanjuju. Ovim se stvara nepremostiva prepreka za manje konkurente jer se ne mogu takmičiti u pogledu cena. Velike firme sa ovakvim prednostima mogu vremenom eliminisati manje konkurente i postati dominantne.

Kako bi ublažile negativne posledice monopola, države preduzimaju korake primenom antimonopolskih zakona i regulacija, čime se osigurava očuvanje konkurencije i podržava poštena dinamika tržišnog nadmetanja.

Jedan od pristupa je *ograničavanje maksimalnog tržišnog učešća* koje jedan subjekt može posedovati. Ovo sprečava da jedna firma kontroliše prevelik deo tržišta, čime se osigurava da postoji dovoljno

¹²⁷ Varian, H. R. (2008). *Mikroekonomija – moderan pristup (Intermediate Microeconomics A Modern Approach, Sixth Edition)*. Beograd: Ekonomski fakultet Beograd, str. 426.

prostora za konkurenciju i raznovrsnost ponude. Pored toga, države mogu pažljivo nadgledati vlasničku strukturu kompanija kako bi sprečile stvaranje dominirajućih položaja.

Kontrola nad udruživanjem preduzeća takođe igra ključnu ulogu. Države mogu usmeriti pažnju na slučajeve spajanja i akvizicija, procenjujući da li bi takvi potezi mogli da dovedu do monopola ili narušavanja konkurencije. Ograničavanje štetnih dogovora između velikih prodavaca i kupaca takođe je bitno za očuvanje ravnopravnih tržišnih uslova.

Iako antimonopolske mere igraju ključnu ulogu u održavanju tržišne konkurencije, konstantna inovacija i prilagođavanje ovih mera su od suštinskog značaja. Monopoli su veoma prilagodljivi i često pronalaze nove načine da izbegnu restrikcije. Stoga je važno da države budu fleksibilne i reaguju na nove oblike tržišnih ograničenja kako bi zaštitile potrošače, podsticale inovacije i održavale dinamično i zdravo tržišno okruženje.

5. OLIGOPOL

Oligopol je tržišna struktura, koja na strani ponude ima samo nekoliko preduzeća, koja nude slične ili identične proizvode.¹²⁸ Zbog malog broja prodavaca na oligopolskom tržištu velika je tenzija između sopstvenih interesa i saradnje sa konkurentima. Oligopolska cena je manja od monopolske, a veća od konkurentne cene. Oligopolisti moraju voditi računa o formiranju cene a time i reakcijama koje će izazvati kod ostalih oligopolista na tržištu.

Oligopolsku tržišnu strukturu uglavnom karakteriše automobilska industrija, tržište benzina, avionska industrija, farmaceutska industrija i sektor bankarstva. U ovim industrijama možemo videti da nekoliko velikih firmi ima dominantno učešće na tržištu.¹²⁹

¹²⁸ Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, str. 315.

¹²⁹ Teylor Nelson Sofres, Market Sektor, London.

U oligopolu kao i u monopolu značajna prepreka su visoki troškovi ulaska, jer je kapitalna oprema koja neophodna za proizvodnju u tim industrijama veoma skupa.

Ponašanje oligopolista u tržišnim situacijama, najbolje prikazuje teorija igara. Ključ uspeha u teoriji igara zavisi od strategije koju učesnici primenjuju. Primenom strategija, moguće je ostvariti oligopolsku ravnotežu, a to se ilustruje modelom tzv. Zatvorenikove dileme.¹³⁰

Zatvorenikova dilema nam pokazuje kako je načelno teško ostvariti saradnju. Ljudi (preduzeća) često ne uspevaju da međusobno saraduju čak i kada bi ih ta saradnja dovela u bolji (tržišni) položaj. Zatvorenikova dilema je specifična „igra“ između dva zatvorenika, koja nam predstavlja zašto je saradnju teško ostvariti, čak i kada je obostrano korisna.

Primer: Zamislite da je policija uhapsila dva kriminalaca osumnjičena za isti zločin. Zatvorenici su u različitim ćelijama, te međusobno ne mogu komunicirati. Policijski službenik nudi svakom zatvoreniku priliku da ili ćuti ili optuži drugog zatvorenika. Ako obojica zatvorenika ćute, obojica će odslužiti samo godinu dana zatvora. Ako se međusobno okrive, obojica će odslužiti po tri godine zatvora.

Ako jedan od zatvorenika krivi drugog, a drugi se ne izjasni, zatvorenik koji je ćutao služio bi pet godina zatvora, dok bi drugi zatvorenik bio pušten na slobodu. U takvom okruženju, oba zatvorenika ne znaju odluku drugog zatvorenika. Stoga je najracionalnija odluka iz perspektive vlastitog interesa kriviti drugog zatvorenika. U ovom slučaju, „izdati“ se definiše kao dominantna strategija za oba igrača.

¹³⁰ Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, str. 359.

6. SAVREMENO TRŽIŠTE

U predhodnom izlaganju analizirano je ponašanje preduzeća u tržišnim strukturama koje su poznate kao tržište savršene konkurencije i tržište čistog monopola. Tržište savršene konkurencije karakteriše se prisustvom velikog broja prodavaca i kupaca koji proizvode i prodaju homogene proizvode, prihvatajući tržišnu cenu kao datu veličinu.¹³¹ S druge strane, tržište čistog monopola označava tržišno stanje sa samo jednim proizvođačem određenog proizvoda, gde nema bliskih zamena za taj proizvod, dok prodavac ima značajnu moć da kontroliše tržišnu cenu svog proizvoda.

U stvarnosti, većina tržišnih situacija nalazi se između ova dva ekstrema i obično kombinuje karakteristike oba. Ovo rezultira nizom nijansi i varijacija tržišnih uslova. Na primer, može postojati veći broj prodavaca, ali se proizvodi diferenciraju, što znači da imaju određene karakteristike koje se razlikuju od proizvoda konkurenata. Ovakvo stanje podseća na monopol, gde monopolista takođe proizvodi diferencirane proizvode. Broj prodavaca može biti ograničen, što znači da se ovo stanje razlikuje od situacije savršene konkurencije, ali ipak je prisutno više prodavaca nego što je slučaj kod čistog monopolizma.¹³²

Savremeno tržište je tržište takozvane *ograničene* (nepotpune, imperfektne, nesavršene) *konkurencije*, kako zbog pojave velikih transnacionalnih kompanija, tako i zbog sve veće diferenciranosti proizvoda, zatim zbog potrebe za državnom intervencijom u privredi itd. To je najčešći oblik tržišne strukture i često se pojavljuje u praksi. Ipak, primetno je da čak i ova nijansirana struktura značajno odstupa od teorijske apstrakcije, jer tržišna stvarnost retko potpuno odgovara nijednom od ovih ekstremnih modela.

Važno je razumeti da ovi nijansirani oblici tržišnih struktura imaju svoje posledice po ponašanje preduzeća, cene i tržišnu efikasnost. Prilagođavajući se stvarnim tržišnim uslovima, preduzeća će

¹³¹ Begg, D., Fischer, S., Dornbusch, R. (2010). *Ekonomija*. Beograd: Data Status.

¹³² Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta, pp. 359.

donositi svoje odluke uzimajući u obzir faktore kao što su konkurencija, diferencijacija proizvoda i percepcija potrošača.

6.1. Karakteristike savremenog tržišta

Teorija savremenog tržišta, odnosno teorija ograničene konkurencije se prema uglednim ekonomistima bazira na konceptu diferencijacije proizvoda. Primeri tržišta ograničene konkurencije su brojni. Ovde se prodaju proizvodi kao što su dezodoransi, paste za zube, sredstva protiv prehlade, sapuni, bicikli, bezalkoholna pića i drugi. Za ova tržišta je karakteristično da proizvođači, zahvaljujući određenoj diferencijaciji proizvoda, mogu u većoj ili manjoj meri da utiču na tržišnu cenu proizvoda koje proizvode. Njihova sloboda pri određivanju cena zavisi pretežno od karakteristika proizvoda i nivoa konkurencije u toj grani industrije. Ova tržišta zadržavaju visok nivo rivalstva u industriji, obuhvatajući širok spektar mera koje proizvođači primenjuju – od marketinške propagande do razvoja novih proizvoda. Sve te akcije imaju za cilj osvajanje novih segmenata tržišta ili proširenje postojećeg, što doprinosi pomeranju krive tražnje za proizvodom preduzeća u odgovarajućem pravcu.

Četiri bitne karakteristike tržišta ograničene konkurencije su:

1. Diferencijacija proizvoda;
Na tržištima ograničene konkurencije, preduzeća se međusobno takmiče prodajom diferenciranih proizvoda. Ovi proizvodi su međusobno zamenljivi u upotrebi, ali ne predstavljaju savršene zamene jedni za druge.
2. Veliki broj prodavaca i kupaca;
Ova tržišta karakteriše prisustvo mnogo prodavaca i kupaca, što omogućava dinamičnu tržišnu interakciju.
3. Slobodan ulazak i izlazak;
Na tržištu ograničene konkurencije postoji slobodan ulazak novih preduzeća i isto tako preduzeća mogu izaći sa tržišta ako postanu neprofitabilna.

4. Savršena informisanost;

Tržište pretpostavlja da su i prodavci i kupci savršeno informisani o tržišnim uslovima.

Ograničena konkurencija se kreće između ova dva predhodno objašnjena ekstrema, i reflektuje realniju sliku tržišnih uslova.

6.1.1. Oblici diferenciranja proizvoda

Suštinska razlika između savremenog tržišta (nesavršenog, ograničenog, imperfektnog) i tržišta čiste konkurencije leži u prisutnosti diferenciranosti proizvoda na tržištu, za razliku od homogenosti proizvoda na tržištu čiste konkurencije. Preduzeća koriste različite metode kako bi svoj proizvod učinila „različitim“ od proizvoda drugih konkurenata, pri čemu se proces diferenciranja proizvoda može se ostvariti kroz:

- tehničku,
- distributivnu ili
- informativnu diferencijaciju.

Tehnička diferencijacija obuhvata promene u tehničkim karakteristikama proizvoda. Cilj ovakve diferencijacije je ponuditi kupcima kvalitetniji, funkcionalniji ili moderniji proizvod. Ove promene mogu uključivati promene u veličini, obliku, boji, pakovanju ili čak marki proizvoda. Neka od ovih promena mogu biti vidljive, dok druge možda nisu primetne na prvi pogled, već se mogu uočiti tokom upotrebe proizvoda. Svaka promena u tehničkim karakteristikama pruža elemente koji potvrđuju postojanje „novog proizvoda“.

Distributivna diferencijacija uključuje promene i aktivnosti u sferi distribucije proizvoda, sa ciljem isticanja karakteristika proizvoda i stvaranja razlika u odnosu na konkurentne proizvode. To može uključivati korišćenje različitih distributivnih kanala, različit raspored proizvoda u prodajnim objektima i izlozima, kao i pružanje

različitih servisnih i postprodajnih usluga, poput garancija, kreditiranja, instaliranja ili dostave. Ova diferencijacija takođe može uključivati različite cene za različite proizvode ili usluge.

Informativna diferencijacija ima za cilj informisanje potrošača o razlikama između proizvoda različitih preduzeća. Tehnička i distributivna diferencijacija često nisu dovoljne same po sebi da potrošačima prenesu razlike između proizvoda. Informacije o tehničkim, distributivnim i drugim karakteristikama proizvoda moraju biti jasno dostavljene potrošačima putem različitih medija, kako bi potrošači stvarno percipirali proizvod kao „različit“ od konkurencije. U procesu informativne diferencijacije, važno je izazvati radoznalost kod potrošača i podstaknuti ih da istraže i saznaju više o proizvodu, što ih može motivisati da ga kupe.

Sve tri vrste diferencijacije omogućavaju preduzećima da izgrade svoje tržišne identitete, istaknu svoje proizvode i privuku pažnju potrošača. Kroz ovaj proces, preduzeća pokušavaju stvoriti percepciju da su njihovi proizvodi jedinstveni i da nude dodatnu vrednost u odnosu na proizvode konkurencije.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta je tržišna konkurencija?
2. Koje su ključne karakteristike tržišne konkurencije?
3. Šta je to tržišno stanje i kakva je tipologija tržišta prema Štakelbergu?
4. Navesti osnovna tržišna stanja prema Samujelsonu.
5. Objasniti osnovne uslove koji definišu teorijski model savršeno konkurentnog tržišta.
6. Šta je monopol?
7. Da li monopolista ima potpunu slobodu prilikom određivanja cena?
8. Navesti osnovne karakteristike monopola.
9. Šta je monopson?
10. Šta je oligopol i kako ga objašnjava teorija igara?
11. Šta je savremeno tržište i koje su njegove osnovne karakteristike?

Glava VIII – TRŽIŠNE SNAGE

Vaš cilj je da tragate za tržištem na kom možete da budete najbolji i na kome ćete ostvarivati najbolju poziciju.

FILIP KOTLER

1. DEFINISANJE TRŽIŠNIH SNAGA

Tržišne snage su suštinski koncept u ekonomiji, jer oblikuju i usmeravaju sve aspekte poslovanja. Ove snage proizlaze iz dinamike ponude i tražnje na tržištu, a njihov uticaj se manifestuje na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i globalnom nivou.

Proučavanje tržišnih snaga i njihov uticaj na različite nivoe tržišta pomaže preduzećima da razvijaju prilagođene strategije, identifikujući prilike i rizike. Razumevanje kako se tržišne snage preplavljaju preko različitih tržišta omogućava kompanijama da ostvare održiv rast i konkurentsku prednost u današnjem globalnom poslovnom okruženju.

2. RAZUMEVANJE KONCEPTA TRAZNJE NA TRŽIŠTU

Tražnja je ključni faktor koji oblikuje tržišne snage. Ovaj koncept se odnosi na količinu proizvoda ili usluga koje su potrošači voljni i sposobni da kupe u određenom trenutku i po određenoj ceni. Tražnja se menja u odnosu na cenu proizvoda, i to može da utiče na dinamiku tržišta. Na primer, kad cena proizvoda padne, obično se povećava tražnja, privlačeći više kupaca ili podstičući postojeće da kupe više. Ovo se može ilustrovati kroz primer kao što je cena i tražnja za pametnim telefonima, ukazujući na to kako cena utiče na traženu količinu.

Ukoliko početna cena određenog pametnog telefona iznosi 500 novčanih jedinica, a tražnja za njim je 1000 jedinica na mesečnom nivou, može se razmotriti kako bi se promene u ceni mogle odraziti na tražnju:

Tabela 7. Promena tražnje u odnosu na cenu

Cena (u dolarima)	Tražnja (u komadima)
500	1000
400	1500
300	2000
200	2500
100	3500

Ako proizvođač *snizi* cenu pametnog telefona na 400 novčanih jedinica, verovatno će privući više kupaca. Može se pretpostaviti da će se, zbog snižene cene, tražnja povećati na 1500 jedinica mesečno. To znači da je pad cene za 20% rezultirao povećanjem tražene količine za 50%. Kako cena pada, na primer na 100 novčanih jedinica, tražnja se povećava na 3500 komada.

Ako, s druge strane, cena pametnog telefona poraste na 600 novčanih jedinica, verovatno će to smanjiti interesovanje potrošača. Možda će se tražnja smanjiti na 800 jedinica mesečno. To pokazuje da je povećanje cene za 20% rezultiralo smanjenjem tražene količine za 20%.

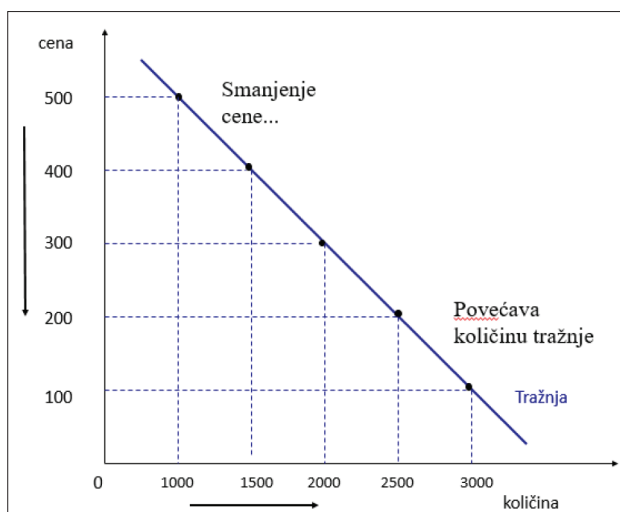
Ovaj primer ilustruje osnovnu ideju da postoji inverzna veza između cene i tražnje i takođe naglašava važnost razlikovanja između pojma „tražnja“ i „tražena količina“. Tražnja se odnosi na ponašanje potrošača pri različitim cenama pametnih telefona, dok se tražena količina fokusira samo na određenu cenu tog proizvoda.¹³³ Razumevanje ove razlike omogućava proizvođačima da bolje analiziraju tržišne snage i donose strategijske odluke, poput postavljanja cena koje odgovaraju potrebama potrošača i ciljevima kompanije.

¹³³ Begg, D., Fischer, S. & R. Dornbusch (2010). *Ekonomija*. Beograd: Data Status.

2.1. Skala i kriva tražnje

Odnos koji postoji između tražene količine nekog dobra i njegove tržišne cene, pri ostalim neizmenjenim faktorima, može biti prikazan u obliku tabele i grafikona. Tabela prezentacija ove zavisnosti se naziva *skalom tražnje*. Grafički prikaz količine koju su svi kupci određenog dobra voljni da kupe pri različitim nivoima cene dobra koje je predmet kupovine predstavlja *krivu tržišne* (agregatne, ukupne) *tražnje*.¹³⁴

Razmatranje primera pametnih telefona može doprineti i boljem razumevanju koncepta krive tražnje u tom kontekstu. Kriva tražnje je ključni koncept u ekonomiji koji pomaže u vizualizaciji i razumevanju odnosa između cene proizvoda (ili usluge) i količine koju potrošači žele kupiti. Ova kriva se često koristi kako bi se ilustrovalo kako se tražnja menja pri različitim cenama. Na sledećem grafikonu možete videti kako izgleda kriva tražnje za pametnim telefonima na osnovu tabele 6.



Grafikon 4. Kriva tražnje za pametnim telefonima

¹³⁴ Samuelson P.A., Nordhaus, W.D. (2000). *Ekonomija*. Zagreb: Mate, str. 38–51.

Predhodni primer možemo proširiti koristeći tri kupca A, B i C, gde se može pokazati kako cena utiče na njihovu potražnju za pametnim telefonima:

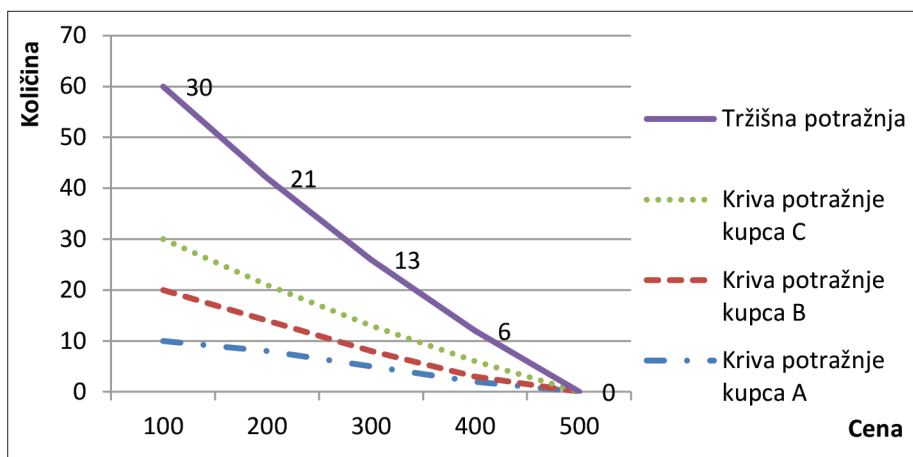
Tabela 8. Skala potražnje za pametnim telefonima

Tržišna cena	Individualna potražnja			Ukupna tržišna potražnja
	Kupca A	Kupca B	Kupca C	
500	0	0	0	0
400	2	1	3	6
300	5	3	5	13
200	8	6	7	21
100	10	10	10	30

U ovoj tabeli prikazane su količine pametnih telefona koje bi kupci A, B i C kupili pri različitim cenama, zajedno sa ukupnom tržišnom potražnjom.

Na primer, kada je cena pametnih telefona 500 novčanih jedinica, niko od kupaca nije voljan da kupi bilo koji telefon, pa je ukupna tražnja 0. Međutim, kako cena pada, kupci postaju voljni da kupe telefone. Kada je cena 300 novčanih jedinica, ukupna tržišna tražnja je 13, jer svi kupci zajedno žele kupiti 13 telefona. Kako cena padne na 100 novčanih jedinica, ukupna tržišna tražnja dostiže 30 telefona.

Prikazani podaci o tražnji za pametnim telefonima mogu se takođe grafički prikazati kroz krive tražnje. Kriva tražnje za svakog pojedinačnog kupca, kao što su kupci A, B i C, prikazuje kako se količina koju su spremni kupiti menja u odnosu na cenu pametnih telefona. Kada se krive potražnje svih pojedinačnih kupaca agregiraju, dobijamo krivu tržišne tražnje, koja ilustruje ukupnu tražnju za pametnim telefonima na tržištu pri različitim cenama.



Grafik 5. – Krive individualne i tržišne tražnje

Ova grafika jasno prikazuje obrnutu vezu između cene i tražnje. Kako cena pada, količina tražnje raste, što je ilustrovano rastućom krivom potražnje. Ovaj grafički prikaz pomaže proizvođačima da donesu odluke o cenama i strategijama kako bi privukli više kupaca i ostvarili konkurentske prednosti na tržištu pametnih telefona.

3. KRŠENJE ZAKONA TRAŽNJE

Definicija zakona potražnje obično ukazuje na inverzan odnos između cene proizvoda i količine koju će kupci biti spremni da kupe, međutim u realnom ekonomskom životu česta su i drugačija kupovna ponašanja. Kod pojedinih kategorija potrošača i nekih dobara između tržišne cene i potraživane količine može postojati i direktna zavisnost. U tom slučaju javljaju se „paradoksi“ kao rezultat specifičnih okolnosti i karakteristika dobara ili tržišta i koji mogu narušiti zakon tražnje.

Kao tipični slučajevi kršenja zakona tražnje mogu se navesti:

- Gifenov paradoks
- Veblenov efekat
- Psihološki efekat

Gifenov paradoks je specifična situacija u ekonomiji koja se javlja kada količina traženog dobra raste uprkos povećanju njegove cene, što je suprotno zakonu tražnje. Ovaj paradoks je karakterističan za inferiorna dobra koja predstavljaju komponentu masovne potrošnje kod kategorije potrošača sa vrlo niskim dohodkom. U takvim slučajevima, ovi potrošači često kupuju manje skupa osnovna dobra, kao što je hleb, jer ne mogu sebi da priušte luksuzniju hranu.

Ukoliko se zamisli situacija u kojoj cena hleba naglo raste zbog nekih tržišnih promena ili nestašice, prema zakonu potražnje, očekivalo bi se da potrošači s niskim dohotkom smanje potrošnju hleba jer je postao skuplji. Međutim, u stvarnosti se dešava sasvim suprotna situacija. Iako su svesni povećanja cene, potrošači i dalje kupuju istu količinu hleba ili čak i više.

Ovo se može objasniti time da je hleb za ove potrošače još uvek najjeftinija opcija i da nemaju mnogo alternativa zbog ograničenih finansijskih resursa. To je situacija u kojoj cena i dalje raste, ali potrošači se oslanjaju na istu količinu tog dobra jer nemaju bolje opcije.

Gifenov paradoks je dobio naziv po Ser Robertu Gifenu (1837–1919) koji je među prvima uočio da su siromašni ljudi pri neizmenjenim okolnostima, hleb kupovali u većim količinama kada je njegova cena rasla. Ovakve situacije često se javljaju u uslovima ekonomske nesigurnosti ili visoke inflacije, kada potrošači reaguju na kompleksne načine koji nisu u skladu s jednostavnim ekonomskim modelima. Ovaj paradoks je retka pojava i ne odnosi se na većinu dobara i usluga, ali ilustruje da ekonomska stvarnost posebno u kriznim vremenima može biti složenija od teorijskih modela.

U literaturi se često navode i drugi izuzeci od zakona tražnje. Jedan od njih odnosi se na kategoriju dobra koji se nazivaju luksuznim dobrima i slojeve potrošača koji raspolažu visokim dohotkom. Ovaj paradoks poznat je pod nazivom *Veblenov efekat* po američkom ekonomisti i sociologu Torsteju Veblenu (1837–1929) osnivaču institucionalne ekonomije. Osnovna ideja je da kada cena luksuznog dobra raste, potrošači koji ga kupuju zbog statusa i prestiža (a ne samo zbog svoje osnovne funkcionalnosti) mogu biti skloni da više

kupuju tog dobra. To je zato što viša cena može povećati percepciju ekskluzivnosti i prestiža tog dobra. Kada se smanji cena ovih dobara, potražnja može opasti jer gubi svoj statusni simbol.

Na primer, skupa dizajnerska odeća ili luksuzni automobili često privlače kupce upravo zbog svoje visoke cene i percepcije da su rezervisani za one sa visokim dohotkom. Kada se cena ovih proizvoda smanji, moguće je da će potrošači koji su ih ranije smatrali statusnim simbolom izgubiti interes za njih.

Psihološki efekat se odnosi na situaciju u kojoj potrošači reaguju na promene cena na osnovu svojih očekivanja o budućim cenama. Ako potrošači očekuju da će cena nekog dobra nastaviti da raste u budućnosti, mogu biti skloni da ga kupuju u većim količinama sada kako bi iskoristili trenutnu nižu cenu. S druge strane, ako očekuju da će cena pasti u budućnosti, mogu odložiti kupovinu.

Na primer, ako ljudi veruju da će cena nekretnina nastaviti da raste u narednim godinama, mogu biti skloni da sada kupe kuće po trenutnoj ceni kako bi ostvarili profit kroz kasniju prodaju. Ovo je psihološki efekat koji može dovesti do povećane tražnje kada cena raste i obrnuto.

Ovo odstupanja od uobičajenog obrasca ukazuju na to da ekonomske odluke potrošača nisu uvek jednostavno povezane sa promenom cena. U slučaju Gifenovih dobara i kada se javlja Veblenov psihološki efekat, kriva potražnje ima rastući nagib (povećanje cene povećava traženu količinu, a smanjenje cene utiče na smanjenje tražene količine). U ovim slučajevima, percepcija, prestiž, očekivanja i drugi psihološki faktori mogu imati značajan uticaj na kupovne odluke potrošača i oblikovanje potražnje.

Odstupanja od zakona tražnje pokazuju da u stvarnosti ekonomska odlučivanja mogu biti kompleksnija od jednostavnih modela, ali važno je napomenuti da se većina dobara i usluga i dalje ponaša u skladu sa zakonom tražnje.

4. NECENOVNE DETERMINANTE POTRAŽNJE

Necenovne determinante potražnje su faktori koji oblikuju potražnju za proizvodima ili uslugama na tržištu. Ove determinante se odnose na faktore koji utiču na to koliko ljudi žele da kupe određeni proizvod ili uslugu, bez obzira na njihovu cenu. Kada se radi o promenama u tražnji, važno je razumeti da se one dešavaju zbog promena u necenovnim faktorima, dok tržišna cena ostaje konstantna.

Pomeranje krive tržišne tražnje udesno ili ulevo, odnosno promena u tražnji pri istom nivou tržišne cene, može biti posledica različitih faktora. Najznačajniji faktori koji utiču na pomeranje krive tržišne tražnje uključuju:

- *Promene u ukusima i preferencijama potrošača;*

Ukusi i preferencije potrošača igraju ključnu ulogu u oblikovanju tražnje. Ljudi će često više trošiti na proizvode ili usluge koje vole ili smatraju atraktivnim. Ako postoji promena u ukusima potrošača prema zdravoj ishrani, to će rezultirati povećanom potražnjom za organskim proizvodima. Kriva tržišne tražnje za organskim proizvodima će se pomeriti udesno jer će potrošači želeći da ih kupuju u većim količinama.

- *Promene u prosečnom dohotku potrošača;*

Nivo prihoda potrošača ima direktan uticaj na njihovu sposobnost da kupuju određene proizvode ili usluge. Veći prihod obično dovodi do veće tražnje za luksuznim proizvodima. Ukoliko se primerom pretpostavi da prosečan realni dohodak u zemlji raste, to će uticati na povećanje tražnje za luksuznim automobilima. Ljudi će biti spremni da kupuju skuplje automobile, što će pomeriti krivu tržišne tražnje za luksuznim automobilima udesno.

- *Promene u očekivanim budućim cenama dobara*

Očekivanja o budućim promenama cena ili kvaliteta proizvoda mogu uticati na trenutnu tražnju. Ako potrošači očekuju da će cena nekog proizvoda rasti u budućnosti, mogu biti skloni da ga kupe

sada. Ako se na primer, očekuje da će cena letovanja u inostranstvu sledećeg leta biti viša, ljudi će možda odlučiti da sada rezervišu svoje letovanje, što će takođe pomeriti krivu tržišne potražnje za aranžmanima udesno.

- *Promena cena srodnih dobara*

Cena povezanih proizvoda ili usluga, kao i njihova dostupnost, mogu uticati na tražnju za određenim proizvodom. Na primer, ako je cena zamenskih proizvoda visoka, tražnja za određenim proizvodom može porasti. Ovaj primer se odnosi na cene supstituta koje ukazuju na situaciju da kada cena benzina poraste, ljudi će možda preći na korišćenje javnog prevoza. To će povećati tražnju za kartama za javni prevoz i pomeriti krivu tržišne tražnje za kartama udesno. Postoji još jedna situacija koju treba pomenuti u ovom kontekstu a odnosi se na cene komplementarnih dobara. Ovo je se najbolje objasniti upotrebom primera gde treba pretpostaviti da cena kafe pada na tržištu. To će povećati potražnju za šećerom. Kriva tržišne potražnje za šećerom će se pomeriti udesno jer će ljudi želeći da kupe više šećera kako bi ga koristili uz kafu. Dakle, promena cene kafe, koja je komplementarno dobro šećeru, uticaće na povećanje potražnje za šećerom.

- *Promene u veličini tržišta (demografski faktori)*

Ako se broj stanovnika u gradu poveća zbog migracije ili rasta populacije, to će povećati tražnju za stanovima za iznajmljivanje. Kriva tržišne tražnje za iznajmljenim stanovima će se pomeriti udesno. Takođe, demografski faktori poput starosti, pola, obrazovanja i lokacije takođe mogu uticati na tražnju za određenim proizvodima.

Na primer, kada broj novorođene dece bude u porastu, usled povećane potrebe za proizvodima prilagođenim mlađoj populaciji, roditelji dece će kreirati veću tražnju za proizvodima namenjenim deci.

Ove necenovne determinante ilustruju kako različiti faktori mogu uticati na pomeranje krive tržišne potražnje u zavisnosti od promena u okolini. Svi ovi faktori zajedno oblikuju tržišnu potražnju i igraju ključnu ulogu u ekonomskim analizama i strategijama marketinga.

5. ELASTIČNOST TRAZNJE

Elastičnost tražnje je ekonomska mera koja pomaže analitičarima i ekonomistima da razumeju kako se tražnja za određenim dobrom ili uslugom menja kao odgovor na promene u cenama, prihodima potrošača ili cenama srodnih dobara.

- Ako je tražnja *elastična*, to znači da će mala promena u ceni, prihodima ili cenama srodnih dobara rezultirati značajnom promenom potražnje. Na primer, ako cena benzina poraste malo, a potražnja za benzinskim automobilima opadne, potražnja za benzinom je elastična.
- Ako je tražnja *neelastična*, to znači da će velike promene u cenama, prihodima ili cenama srodnih dobara imati malo ili nimalo uticaja na potražnju. Na primer, ako cena lekova za hitne slučajeve poraste, ljudi će i dalje kupovati te lekove jer su im neophodni za zdravlje, što ukazuje na neelastičnu potražnju.¹³⁵

Dakle, elastičnost tražnje je od vitalnog značaja za donošenje informisanih ekonomskih odluka i analizu tržišta.

Postoji nekoliko različitih vrsta elastičnosti tražnje, uključujući:

- Koeficijent direktne elastičnosti potražnje;
- Koeficijent fleksibilnosti cena;
- Koeficijent unakrsne elastičnosti potražnje i
- Koeficijent dohodovne elastičnosti potražnje.

5.1. Koeficijent direktne elastičnosti tražnje

Koeficijent direktne elastičnosti tražnje je mera koja se koristi u ekonomiji kako bi se razumelo kako potražnja za određenim dobrom reaguje na promene u njegovoj ceni i pomaže u utvrđivanju koliko će se potražnja povećati ili smanjiti kada cena tog dobra varira.¹³⁶

¹³⁵ Kitanović, D. i dr. (2008). *Osnovi Ekonomije*. Niš, str. 120.

¹³⁶ Hanić, H. (1990). *Teorija i ekonometrijski modeli potrošačke tražnje*. Beograd: Ekonomski fakultet.

Koeficijent direktne elastičnosti tražnje (pEx) se procentualno izražava kao odnos relativne (procentualne) promene u potraživanoj količini ($\Delta x/x100$) i relativne (procentualne) promene u ceni ($\Delta p/p100$) i može se matematički prikazati formulom:

$$pEx = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p}{p} 100}$$

Gde je:

- Δx je promena u potraživanoj količini dobra.
- x je početna količina dobra (pre promene cene).
- Δp je promena u ceni dobra.
- p je početna cena dobra (pre promene cene).

Ovaj izraz omogućava kvantifikaciju stepena osetljivosti tražnje na promenu cene, i to tako što negativna vrednost ukazuje na inverznu srazmernost (kada cena raste, količina opada), pozitivna vrednost ukazuje na direktan odnos (kada cena raste, količina raste), a vrednost bliska nuli na situaciju kada promena cene ima mali uticaj na tražnju.

U cilju boljeg razumevanja kako se izračunava koeficijent direktne elastičnosti potražnje i kako se interpretira u kontekstu promene cena i potražnje u nastavku teksta sledi primer sa objašnjenjem.

Primer:

Predmet analize je tražnja za čokoladom, pri čemu početna cena čokolade iznosi 2 NJ (novčane jedinice) po tabli, a potražnja za njom iznosi 100 tabli.

Međutim, pretpostavlja se je došlo do promene. Cena čokolade je povećana sa 2 na 3 NJ po tabli, a potrošači su reagovali smanjenjem količine čokolade koju kupuju. Sada potražnja iznosi 90 tabli. Kako bi se kvantifikovala ova promena i razumela osetljivost potražnje na promenu cene, koeficijent direktne elastičnosti tražnje može se izračunati pomoću prikazanog obrasca.

Gde je:

- $\Delta x - 90 \text{ tabli} - 100 \text{ tabli} = -10 \text{ tabli}$ (negativan znak označava smanjenje potražnje).
- $x - 100$ (početna količina čokolade)
- $\Delta p - 3 \text{ NJ} - 2 \text{ NJ} = 1 \text{ NJ}$ (pozitivan znak označava povećanje cene).
- $p - 2 \text{ NJ}$ (početna cena čokolade)

Prvo, izračunajmo promene:

Sada se ove vrednosti mogu primeniti u formuli:

$$pEx = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p}{p} 100} = \frac{\frac{-10}{100} 100}{\frac{1}{2} 100} = -0,20$$

Koeficijent direktne elastičnosti tražnje pEx iznosi -0,20, što ukazuje na inverznu srazmernost. Kada cena čokolade poraste za 1 NJ (50%), potražnja opada za 0,20 puta (20%) u procentima. Ovo je tipičan primer negativne elastičnosti potražnje, gde rast cene dovodi do smanjenja tražnje.

Međutim, ako cena čokolade poraste sa 2 na 3 NJ, a količina čokolade koju ljudi kupuju opadne za samo 10%, koeficijent direktne elastičnosti tražnje bio bi -0,1 (ili -10%). To bi ukazivalo na manju osetljivost potražnje na promene cena.

Ako bi povećanje cene čokolade dovelo do povećanja potražnje (na primer, zbog percepcije da je skuplja čokolada boljeg kvaliteta), tada bi koeficijent direktne elastičnosti potražnje bio pozitivan. Međutim vrednost pEx se često izražava kao negativan broj jer većini dobara opada potražnja kada cena raste.

Vrednost koeficijenta direktne elastičnosti tražnje može varirati od nule do beskonačnosti i u skladu sa tim tražnja za određenim dobrom može biti savršeno elastična, relativno elastična, jedinično elastična, relativno neelastična, ili savršeno neelastična.

1. *Savršeno elastična tražnja* označava situaciju u kojoj mala promena u ceni dovodi do beskrajno velike promene u tražnji. To znači da su potrošači veoma osetljivi na promene cena. Primer ovoga bi mogao biti tržište za osnovne (generičke) proizvode, gde su svi proizvodi identični i potrošači će uvek kupovati najjeftiniju opciju bez obzira na promene cena.
2. *Relativno elastična tražnja* označava slučajeve gde, promena cene za određeni procenat izaziva veću promenu u tražnji za tim dobrom u istom ili suprotnom smeru. To znači da potrošači reaguju na promene cena, ali ne beskrajno osetljivo. Primer bi mogao biti potražnja za određenim brendom mobilnih telefona. Ako cena tog brenda poraste, neki potrošači mogu preći na jeftinije brendove, ali ne svi.
3. *Jedinično elastična tražnja* označava takvu situaciju gde promena cene za određeni procenat izaziva istu promenu u tražnji, ali u suprotnom smeru. Ovo znači da je promena u ceni proporcionalna promeni u potražnji. Primer može biti potražnja za toplim sendvičima u restoranu. Ako cena sendviča poraste za 10%, tražnja će se smanjiti za tačno 10%.
4. *Relativno neelastična tražnja* označava slučajeve gde, promena cene za određeni procenat izaziva manju promenu u tražnji u istom ili suprotnom smeru. To znači da potrošači nisu veoma osetljivi na promene cena. Primer može biti tražnja za osnovnim potrepštinama kao što su osnovna hrana i lekovi. Ljudi će i dalje kupovati ove proizvode, čak i ako cene porastu, jer su im neophodni.
5. *Savršeno neelastična tražnja* označava situacije gde promena cene ne utiče na potražnju. To znači da će potrošači kupovati istu količinu dobra bez obzira na promene cena. Primer ovoga bi mogli biti lekovi za retke bolesti, ljudi će ih kupovati bez obzira na cenu, jer su im neophodni za život.

Ovi koncepti elastičnosti pomažu firmama i vladama da razumeju kako potrošači reaguju na promene na tržištu i kako se formiraju cene i strategije tržišta, što olakšava donošenje ekonomskih odluka.¹³⁷

Postoji i drugi koncept koji se koristi za analizu elastičnosti tražnje u kontekstu cena, a to je koeficijent fleksibilnosti cena. *Koeficijent fleksibilnosti cena* takođe meri osetljivost tražnje na promene cena, ali se fokusira na promene cena svih dobara, a ne samo na jedno dobro, kao što to radi koeficijent direktne elastičnosti tražnje. Ovaj koncept može biti koristan u analizi tržišnih promena i pomaže u razumevanju kako promene cena mogu uticati na celokupnu tražnju na tržištu.

5.2. Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje

Kao što postoji mogućnost merenja osetljivosti promene u tražnji za nekim dobrom usled promene njegove cene, tako je moguće utvrditi i elastičnost promene u tražnji za jednim dobrom usled promene cene drugog dobra.

Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje $p_y E_x$ je ekonomska mera koja se koristi za razumevanje kako i za koliko će se promeniti potražnja za dobrom X (u procentima) ako se cena dobra Y promeni za određeni procenat, pri čemu se pretpostavljaju nepromenjene preferencije potrošača, cena dobara X, fiksni dohodak i drugi faktori koji utiču na tražnju.

Ovaj koeficijent se izračunava pomoću sledećeg izraza:

$$p_y E_x = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p_y}{p_y} 100}$$

¹³⁷ Mankju, G. (2008). *Principi ekonomije* (3. izd.). Harvard Univerzitet. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta.

Gde:

Δx predstavlja apsolutnu promenu u tražnji za dobrom X,

x je početna količina potražnje za tim dobrom,

Δp_y je apsolutna promena cene dobra Y, a

p_y je početna cena dobra Y.

Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje može biti pozitivan, negativan ili nula, i to ima različite implikacije:

1. Pozitivan koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje ($p_y E_x > 0$) znači da su dobra X i Y supstituti ili konkurentna dobra. To znači da ako cena dobra Y poraste za 1%, tražnja za dobrom X će porasti u proseku za više od 1% (na primer, za 2%) jer potrošači prelaze sa dobra Y na dobro X kako bi izbegli višu cenu. Supstituti su dobra koja se često koriste kao zamena jedno za drugo, na primer, ako cena benzina poraste, ljudi će možda više koristiti javni prevoz ili bicikle.

Kao primer supstitucije može se razmatrati tražnja za kafom i čajem. Ako cena kafe poraste značajno, ljudi mogu odlučiti da umesto kafe počnu češće da konzumiraju čaj, jer cena kafe postaje skuplja alternativa. Kada cena kafe raste, potražnja za čajem raste, jer ljudi biraju da koriste čaj kao zamenu za skuplju kafu.

Ovo pokazuje da supstituti nisu nužno slični proizvodi u svakom aspektu, već su proizvodi koji se mogu koristiti na slične načine i koji postaju zamena jedan za drugi kada se cena jednog od njih promeni.

2. Negativan koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje ($p_y E_x < 0$) znači da su dobra X i Y komplementarna ili se zajedno često koriste. Ako cena dobra Y poraste za 1%, tražnja za dobrom X će pasti u proseku za više od 1% (na primer, za 2%), jer ljudi će manje koristiti dobro X bez dobra Y. Komplementarna dobra su dobra koja se koriste zajedno, na primer, ako cena

automobila poraste, tražnja za gorivom ili automobilskim gumama može pasti.

Kao primer komplementarnih dobara može se uzeti u razmatranje tražnja za pametnim telefonima i mobilnim aplikacijama. Pametni telefoni i mobilne aplikacije su često komplementarna dobra. Kada ljudi kupuju pametne telefone, obično će preuzeti različite mobilne aplikacije kako bi iskoristili puni potencijal svojih uređaja.

Ukoliko se pretpostavi da cena pametnih telefona naglo poraste, to bi moglo rezultirati smanjenjem broja ljudi koji kupuju nove pametne telefone. S obzirom na to, tražnja za mobilnim aplikacijama takođe bi mogla pasti, jer bi manji broj korisnika pametnih telefona značio manje ljudi koji koriste mobilne aplikacije.

Iz ovog primera se vidi kako promena cene jednog dobra (pametnog telefona) može uticati na tražnju za drugim dobrima (mobilnim aplikacijama) koji se obično koriste zajedno.

3. Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje nula ($p_y E_x = 0$): Ovo znači da promena cene dobra Y neće uticati na tražnju za dobrom X. Dobra X i Y su nezavisna dobra i promene u ceni dobra Y neće imati uticaja na tražnju za dobrom X.

Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje pomaže analitičarima i ekonomistima da bolje razumeju kako se promene cena jednog dobra odražavaju na potražnju za drugim dobrima, što je važno u analizi tržišta i donošenju ekonomskih odluka.

Primer:

Ukoliko se pretpostavi da se analizira tražnja za voćem, odnosno jabukama (dobro X) i bananama (dobro Y) može se postaviti da početna cena jabuka iznosi 2 NJ (novčane jedinice) po kilogramu, a cena banana je 1 NJ po kilogramu.

Trenutno, potražnja za jabukama iznosi 20 kilograma, dok je tražnja za bananama 30 kilograma. Ako se cena banana poveća sa 1 na 1,20 NJ po kilogramu, potražnja za jabukama poraste na 25 kilograma, dok tražnja za bananama ostaje nepromenjena na 30 kilograma.

Koeficijent unakrsne elastičnosti potražnje iz ovakve postavke može se izračunati pomoću formule:

$$p_y E_x = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p_y}{p_y} 100}$$

Gde:

- Δx je promena u tražnji za jabukama (25 kg – 20 kg = 5 kg)
- x je početna tražnja za jabukama, pre nego što je došlo do povećanja cene banana (20 kg)
- Δp_y je promena cene banana (1,20 NJ – 1 NJ = 0,20 NJ)
- p_y je početna cena banana, odnosno pre nego što je došlo do njenog povećanja (1 NJ).

Sada možemo da izračunamo koeficijent:

$$p_y E_x = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p_y}{p_y} 100} = \frac{\frac{5}{20} 100}{\frac{0,20}{1} 100} = \frac{0,25\%}{0,20\%} = 1,25$$

Koeficijent unakrsne elastičnosti tražnje je 1,25 (veći je od 1) što ukazuje na pozitivnu elastičnost. To znači da su jabuke i banane supstituti. Kada cena banana poraste za 20%, tražnja za jabukama raste za 25%. Ovo pokazuje da potrošači prelaze sa skupljeg dobra (banana) na jeftinije dobro (jabuke) kada cena banana raste, što ukazuje na supstituciju između ova dva dobra.

5.3. Koeficijent dohodovne elastičnosti tražnje

Dohodovna elastičnost tražnje je ekonomska koncepcija koja meri kako se tražnja za određenim dobrom ili uslugom menja kao odgovor na promene u dohotku potrošača, dok se cena tog dobra i cena ostalih dobara održavaju konstantnim.

Dohodovna elastičnost potražnje se algebarski može prikazati izrazom:

$${}_D E_x = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta D}{D} 100}$$

Koeficijent dohodovne elastičnosti, označen kao ${}_D E_x$, izražava se kao odnos relativne promene u potražnji za tim dobrom prema relativnoj promeni u dohotku potrošača.

Gde:

- Δx je promena u potražnji za dobrima,
- x je početna količina tog dobra (pre promene dohotka),
- ΔD je promena u dohotku potrošača i
- D je početna vrednost dohotka potrošača (pre promene dohotka).

Ovaj koeficijent nam govori koliko će se tražnja za određenim dobrom promeniti (% promene) ako dohodak potrošača bude promenjen za 1%. Kao i kod drugih oblika elastičnosti, dohodovna elastičnost potražnje može biti pozitivna, negativna ili nula, u zavisnosti od prirode dobara ili usluga koje se razmatraju:

1. *Pozitivna dohodovna elastičnost tražnje* (${}_D E_x > 0$) označava situaciju kada promene u dohotku potrošača prate promene u tražnji za dobrima u istom smeru. To znači da će rast dohotka podstaći povećanje tražnje za tim dobrom, dok će pad dohotka dovesti do smanjenja potražnje.

U ekonomskoj teoriji postoji razlika u tumačenju dohodovne elastičnosti tražnje za različite vrste dobara, gde za *normalna dobra*, dohodovna elastičnost je pozitivna, ali je manja od 1. To znači da potrošnja normalnih dobara raste kada raste dohodak potrošača, ali neznatno brže od rasta dohotka. Ova dobra čine veći deo svakodnevne potrošnje, poput osnovnih namirnica i usluga. Na primer, ako dohodak potrošača poraste za 10%, potrošnja normalnih dobara može porasti za manje od 10%.

Za *luksuzna dobra*, dohodovna elastičnost je pozitivna i veća od 1, što znači da potrošnja luksuznih dobara raste znatno brže od rasta dohotka. Kada dohodak raste, potrošači znatno povećavaju potrošnju luksuznih dobara. Ova dobra su obično skuplja i nisu neophodna za osnovni životni standard. Na primer, ako dohodak potrošača poraste za 10%, potrošnja luksuznih dobara može porasti za više od 10%.

Razumevanje da li je dohodovna elastičnost blizu nule, između 0 i 1, ili veća od 1, pomaže ekonomistima da bolje analiziraju potražnju potrošača i da razvijaju strategije za različite vrste dobara.

2. *Negativna dohodovna elastičnost tražnje* (${}_D E_x < 0$) postoji kada su promene u dohotku i tražnji obrnute. To znači da će rast dohotka dovesti do smanjenja tražnje za tim dobrom, dok će pad dohotka podstaći povećanje tražnje. Ovo se obično odnosi na inferiorna dobra, kao što su jeftinija hrana ili javni prevoz. Na primer, ako porast dohotka potrošača za 10% dovodi do smanjenja potrošnje jeftine hrane za više od 10%, dohodovna elastičnost za tu hranu je negativna.
3. *Dohodovna elastičnost nula* (${}_D E_x = 0$) označava situaciju kada promene u dohotku potrošača ne utiču na tražnju za dobrima. Ovo se obično odnosi na neophodne svakodnevne potrepštine, gde ljudi troše istu količinu bez obzira na svoj dohodak, kao što su osnovni prehrambeni proizvodi ili osnovne usluge kao što su električna energija ili voda.

Dohodovna elastičnost tražnje se može izračunati na osnovu stvarnih podataka o tražnji pri različitim nivoima dohotka ili na osnovu funkcija koje opisuju odnos između tražnje i dohotka. Razumevanje ove elastičnosti pomaže kompanijama i vladama da bolje planiraju svoje ekonomske politike i strategije cena.

6. RAZUMEVANJE KONCEPTA PONUDE

Ponuda predstavlja količinu dobara ili usluga koju proizvođač ili prodavac na tržištu nudi po različitim cenama. Ovo znači da ponuda odražava odluku proizvođača o tome koliko jedinica dobara ili usluga je spreman da stavi na tržište i proda u određenom vremenskom periodu, uz različite moguće cene. Ključna tačka je da se sve ostale relevantne promenljive, kao što su troškovi proizvodnje, tehnološki faktori, očekivanja o budućim cenama, smatraju konstantnim u ovom kontekstu.

Ponuda može varirati u zavisnosti od cena na tržištu, pri čemu ako cena raste, proizvođači su skloniji ponuditi veće količine, jer to može povećati njihove prihode i dobit. Obrnuto, kada cena pada, ponuda se može smanjiti jer proizvođačima je sada manje isplativo da proizvode i prodaju više, ali po nižoj ceni. Razumevanje koncepta ponude je veoma važno za analizu tržišta, strateško planiranje i donošenje poslovnih odluka, jer omogućava preduzetnicima i ekonomistima da predviđaju kako će se tržište ponašati u odnosu na promene cena i druge faktore.

6.1. Individualna ponuda

Individualna ponuda se odnosi na količinu određenog dobra ili usluge koju je pojedinačni proizvođač ili preduzetnik spreman da proizvede i ponudi na tržištu pri različitim nivoima tržišne cene.

Osnovno pravilo koje se primenjuje na individualnu ponudu jeste da postoji direktan odnos između visine tržišne cene nekog dobra i količine tog dobra koju je proizvođač spreman da ponudi. Drugim

rečima, ako se cena na tržištu poveća, proizvođači će ponudi veću količinu tog dobra, dok će smanjenje cene obično rezultirati manjom ponudom, uz pretpostavku da ostali faktori ostaju nepromenjeni.

Prvu matematičku formulaciju odnosa između tržišne cene i ponude dao je ekonomista Augustin Kurno (Augustin Cournot) i ona se izražava:

$$S = f(p)$$

Gde:

- S predstavlja količinu dobra koje se nudi na tržištu.
- p predstavlja tržišnu cenu tog dobra.
- $f(p)$ je funkcija ponude koja opisuje kako se količina ponuđenog dobra (S) menja u zavisnosti od tržišne cene (p).

Uz uslov:

$$f'(p) > 0$$

Ovde važi da, ako je izvod (derivacija) funkcije ponude po ceni $f'(p)$ pozitivna, to znači da je ponuda elastična i da će se povećati s rastom cene.

Pri definisanju funkcije individualne ponude, proizvođači se suočavaju s različitim ograničenjima koja igraju ključnu ulogu u oblikovanju njihovog ponašanja na tržištu. Kao najčešća ograničenja javljaju se:

- *Motivaciono ograničenje*

Ovo ograničenje se bazira na motivaciji proizvođača da ponudi svoje proizvode na tržištu kako bi ostvario što veći profit. Na primer, proizvođač organskog meda će u situaciji kada cena organskog meda na tržištu raste, biti motivisan da poveća svoju ponudu jer će po višoj ceni ostvariti veće prihode. To znači da ako je cena organskog meda visoka zbog povećane tražnje tokom zime, proizvođač će povećati

broj košnica i proizvesti veću količinu meda kako bi iskoristio tu priliku za veći profit. Suprotno tome, ako su cene niske i proizvođač ne vidi mogućnost za profit, može odlučiti da smanji ponudu ili prestane s proizvodnjom organskog meda.

- *Ekonomska ograničenja*

Ekonomska ograničenja se ogledaju u nemogućnosti da proizvođač utiče na cenu proizvoda koji prodaje jer su cene varijabilnih proizvodnih inputa konstantne. Kao primer može se uzeti proizvođač automobila. Cena koju proizvođač može postići za svoje automobile zavisi od trenutne ponude i tražnje na tržištu, a proizvođač nema kontrolu nad tim cenama. Ako je potražnja za njegovim modelom vozila visoka, proizvođač će postići bolju cenu za svoje proizvode. Međutim, cena čelika i drugih inputa u proizvodnji automobila može varirati, ali proizvođač nema kontrolu nad tim cenama. Stoga će proizvođač prilagoditi svoju proizvodnju i ponudu automobila u skladu s tržišnim uslovima i cenama inputa.

- *Tehnološka ograničenja*

Postoji određeni obim proizvodnje gde se primenjuje zakon opadajućeg prinosa. To znači da će proizvođači postati manje skloni ili manje motivisani da povećaju proizvodnju kada je većina resursa i proizvodnih kapaciteta već iskorišćena ili blizu maksimuma. To se može objasniti na primeru proizvođača organskih jabuka, koji na početku proizvodnje ima određenu količinu zemljišta i resursa na raspolaganju za uzgoj jabuka. Prvi uspešni usevi jabuka donose dobar profit, jer je tržište za organske proizvode u usponu. Ukoliko proizvođač odluči da proširi svoju proizvodnju, dodajući više zemljišta i resursa kako bi posadio više stabala jabuka, uticaće pozitivno na rast proizvodnje. Na početku, rastuća proizvodnja može biti veoma profitabilna jer zadovoljava povećanu tražnju za organskim jabukama.

Međutim, dolazi trenutak kada proizvođač iskoristi većinu dostupnog zemljišta i resursa. Sva stabla su posađena i zemljište je

maksimalno iskorišćeno. U ovom trenutku, dodavanje još stabala ili resursa može biti izazovno ili skupo. Osim toga, briga o sve većem broju stabala može postati teža. Upravo je to trenutak kada se primenjuje zakon opadajućih prinosa. Proizvođač će biti manje motivisan za dalje proširenje proizvodnje jer bi to zahtevalo dodatne napore i investicije, ali bi dodatni prihod mogao biti manji u odnosu na rastuće troškove. Dakle, iako je na početku motivacija za rastom bila visoka, dolazi trenutak kada će se suočiti s ograničenjima kapaciteta i troškovima proširenja.

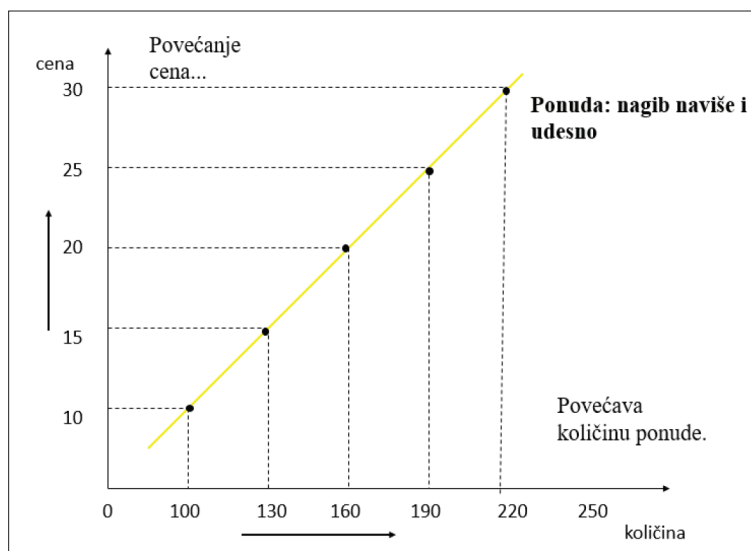
6.2. Tržišna ponuda

Tržišna ponuda (ukupna, agregatna ponuda) je ukupna količina određenog dobra ili usluge koju su svi proizvođači voljni da ponude na tržištu u određenom vremenskom periodu pri različitim nivoima cena. Ova količina se može promeniti u zavisnosti od cena i drugih faktora. U cilju boljeg razumevanja tržišne ponude, može se razmatrati tržišna ponuda za svežim voćem na lokalnom tržištu, gde postoji određena ponuda voća po određenim tržišnim cenama, što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 9. Tržišna ponuda svežeg voća

Tržišna cena	Tržišna ponuda
10	100
15	130
20	160
25	190
30	220

Kriva ponude pokazuje kako promena cena svežeg voća utiče na promenu ponude na tržištu od strane ponuđača voća. Sa rastom cene, ponuđači voća su motivisani da ponude veće količine voća, a sa padom cena, pada i njihova ponuda. Kako veće cene povećavaju ponuđenu količinu, kriva ponude je u pozitivnoj korelaciji sa cenom tog dobra.



Grafik 6. Kriva ponude

Drugi, kompleksniji primer, prikazuje postojanje nekoliko voćara na tržištu koji nude različite vrste voća po različitim cenama. Ukoliko na lokalnom tržištu postoje tri voćara: Voćar A, Voćar B i Voćar C, svaki od njih će imati svoju ponudu svežeg voća pri različitim cenama, što je prikazano u tabeli:

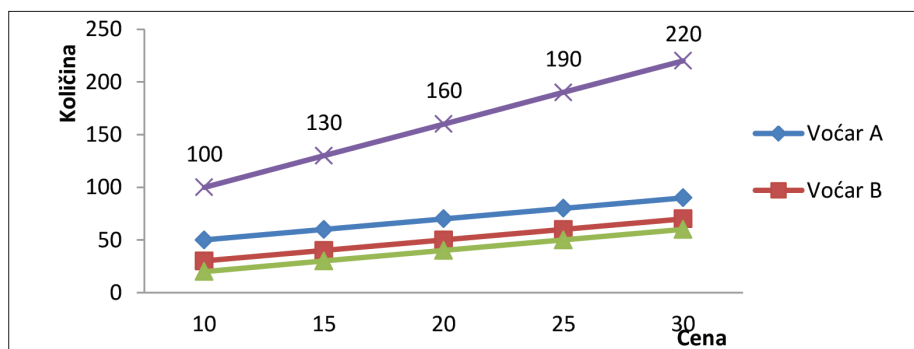
Tabela 10. Tržišna i individualna ponuda svežeg voća

Tržišna cena	Voćar A	Voćar B	Voćar C	Tržišna ponuda
10	50	30	20	100
15	60	40	30	130
20	70	50	40	160
25	80	60	50	190
30	90	70	60	220

U prvoj koloni prikazane su tržišne cene svežeg voća, a u sledećim kolonama količine voća koje svaki voćar nudi po toj ceni. Poslednja kolona predstavlja ukupnu količinu svih proizvođača (tržišnu ponudu, agregatnu ponudu) koja se dobija sabiranjem ponude svakog voćara pri istoj ceni.

Podaci u gornjoj skali ponude pokazuju da pri tržišnoj ceni od 10 NJ po kilogramu, ukupna ponuda na tržištu iznosi 100 kg. Kako cena raste po kilogramu, svi voćari povećavaju svoju ponudu. Ovaj trend se nastavlja kako cena raste, jer voćari postaju sve više motivisani da povećaju svoju ponudu i iskoriste veće cene. Postojeći proizvođači nastoje da povećaju proizvodnju upošljavanjem nove radne snage, uvođenjem dodatnih smena ili nabavkom nove opreme kako bi pozitivno uticali na profitabilnost.

U nastavku se prikazuje grafikonski odnos između tržišne cene i ponuđene količine dobra, kojim se ilustruje kako se količina dobra koje se nudi na tržištu menja u zavisnosti od promene njegove tržišne cene, uz pretpostavku da su ostali faktori nepromenjeni.



Grafik 7. Krive pojedinačne i tržišne ponude

Kriva ponude, kako pojedinačne tako i tržišne, ima karakterističan pozitivan nagib i pokazuje direktnu vezu između tržišne cene određenog dobra i količine tog dobra koja se nudi na tržištu. Ovaj odnos se može ilustrovati zakonom ponude, koji govori o tome kako povećanje cene dovodi do povećanja ponude, a smanjenje cene dovodi do smanjenja ponude, pri ostalim neizmenjenim faktorima.

6.3. Necenovne determinante ponude

Kriva ponude odražava kako se ponuđena količina nekog dobra menja pri različitim nivoima tržišnih cena, dok ne uzima u obzir same promene u spremnosti proizvođača da ponude više ili manje

proizvoda pri istoj ceni. Umesto toga, ove promene u ponudi su uzrokovane drugim faktorima, a ne promenom tržišne cene. Ovi faktori, koji mogu pomeriti krivu ponude levo ili desno, nazivaju se *necenovnim determinantama ponude*.

Drugim rečima, kriva ponude se ne pomera samo zbog promena u ceni dobra, već se ona može pomeriti i zbog promena u faktorima kao što su troškovi proizvodnje, tehnološki napredak, cene srodnih proizvoda, mere ekonomske politike, vremenski uslovi i drugi. Ovi faktori mogu uticati na odluku proizvođača da povećaju ili smanje svoju ponudu, bez obzira na promenu cene na tržištu.

Najznačajniji faktor koji stoji iza odluke o ponudi određenog dobra su *troškovi njegove proizvodnje*. Ako dođe do promena u troškovima, na primer, smanjenja cena sirovina ili energije, proizvođači će biti skloni da povećaju ponudu pri istoj tržišnoj ceni, jer će imati više prostora za ostvarivanje profita. Suprotno tome, povećanje troškova može smanjiti ponudu.

Sličan efekat ima *tehnološki napredak* u proizvodnji određenog proizvoda. Ako se tehnologija za proizvodnju dobara unapredi, proizvođači će moći da proizvode više dobara uz manje resursa i niže troškove.¹³⁸ To će ih podstaći da ponude više proizvoda pri istoj tržišnoj ceni.¹³⁹

Na ponudu veliki uticaj imaju i tržišne cene supstituta (povezanih dobara). Ako dođe do promena u cenama srodnih proizvoda ili supstituta, to može uticati na ponudu. Na primer, ako cena sličnog proizvoda poraste, proizvođači tog proizvoda mogu povećati svoju ponudu, a smanjiti ponudu proizvoda koji nije doživeo promenu cene.

Na ponudu određenog dobra izuzetno veliki uticaj imaju i *mere ekonomske politike države*. Država može uticati na ponudu kroz različite mere ekonomske politike. Povećanje poreza na određeni proizvod može smanjiti ponudu, dok subvencije mogu povećati ponudu. Takođe, regulacije iz oblasti zaštite životne sredine ili

¹³⁸ Begg, D., Fischer, S. & R. Dornbusch (2010). *Ekonomija*. Beograd: Data Status.

¹³⁹ Fisher, R.A. (1963). *Statistical Methods for Research Workers*. New YORK.

standardizacije proizvoda mogu promeniti troškove proizvodnje i uticati na ponudu.

Ponuda određenih proizvoda može biti uslovljena i dejstvom nekih posebnih neekonomskih faktora. Poznato je da *vremenski uslovi* imaju izuzetno jak uticaj na ponudu dobara kao što su poljoprivredni proizvodi, ponuda turističkih aranžmana u letnjem i zimskom periodu i slično. Za proizvode koji zavise od vremenskih uslova, kao što su konkretno poljoprivredni proizvodi, vreme može imati značajan uticaj na ponudu. Loše vremenske prilike, kao suše ili poplave, mogu smanjiti ponudu određenih proizvoda.

Takođe na ponudu proizvoda može uticati *tržišna struktura*, odnosno konkurencija. Na primer, na konkurentnim tržištima proizvođači će biti skloniji da povećaju ponudu kako bi se takmičili za tržišni udeo, dok na monopolističkim tržištima može doći do manjeg povećanja ponude.

Ne smeju se zanemariti ni očekivanja proizvođača o tome kako će se cena proizvoda razvijati u budućnosti. Očekivanja o budućim cenama mogu uticati na sadašnju ponudu, pri čemu je logično ponašanje proizvođača u situacijama kada očekuju da će cena rasti, povećaju proizvodnju ili možda zadržavaju veće zalihe proizvoda sada kako bi ih prodavali kasnije po većim cenama.

Ovi faktori zajedno čine necenovne determinante ponude i pokazuju da promene u tim faktorima mogu značajno uticati na tržišnu ponudu, čak i ako se cena proizvoda ne menja.

6.4. Elastičnost ponude

Elastičnost ponude je ekonomska koncepcija koja označava promenu količine proizvoda ili usluge koja će biti ponuđena na tržištu kao odgovor na promenu cene tog proizvoda ili usluge. Drugim rečima, elastičnost ponude meri koliko je tržišna ponuda proizvoda ili usluge osetljiva na promene cena.

Svaka ekonomska kategorija, uključujući elastičnost ponude, može se matematički izraziti u vidu boljeg razumevanja koncepta.

$$E_x = \frac{\frac{\Delta x}{x} 100}{\frac{\Delta p}{p} 100}$$

Gde:

- $\Delta x / x$ predstavlja procentualnu promenu u količini ponuđenog dobra.
- $\Delta p / p$ predstavlja procentualnu promenu u ceni dobra.

Ova formula omogućava izračunavanje elastičnosti ponude (E_x) i meri promenu u količini ponuđenog dobra kao odgovor na promenu cene tog dobra.

Vrednost ovog koeficijenta (E_x) je pozitivan broj jer postoji direktan odnos između promena cena i količine ponuđenih dobara na tržištu i ilustruje da su proizvođači spremni da reaguju na promene cena tako da ponude više ili manje dobara, u zavisnosti od tržišnih uslova.

Na osnovu vrednosti E_x , koja može varirati od nule do beskonačnosti, mogu se analizirati različiti scenariji elastičnosti ponude:

- Horizontalna kriva ponude ($E_x = \infty$):

Ako vrlo mala promena u ceni (Δp) izaziva beskrajno veliku promenu u količini ponuđenog dobra (Δx), koeficijent elastičnosti ponude je beskonačan (∞). To znači da je ponuda savršeno elastična i da su proizvođači spremni da reaguju na bilo koju promenu cene povećanjem ili smanjenjem količine ponuđenog dobra u neograničenim količinama.

Na primer, kada dođe do nestašice pijaće vode i cene flaširane vode naglo porastu, ljudi su spremni da kupe vodu po bilo kojoj

ceni kako bi se obezbedili i zaštitili od nestašice. Proizvođači mogu brzo povećati količinu ponuđene vode jer je tražnja izuzetno visoka.

- Relativno elastična ponuda ($E_x > 1$):

Ako promena cene (povećanje ili smanjenje) za određeni procenat izazove veću promenu u količini ponuđenog dobra (povećanje ili smanjenje) za veći procenat nego što je cena promenjena, koeficijent elastičnosti ponude (E_x) će biti veći od 1. To ukazuje na relativno elastičnu ponudu gde su proizvođači osetljivi na promene cena i brzo prilagođavaju ponudu.

Na primer, ako cena određenog modela mobilnog telefona poraste za 10%, ali istovremeno se kvalitet i funkcije telefona poboljšaju, potrošači su skloni kupovini tog modela. Proizvođači su voljni da povećaju proizvodnju jer je potražnja elastična u odnosu na promene cena.

- Jedinično elastična ponuda ($E_x = 1$):

Ako promena cene (Δp) za određeni procenat izazove istosmernu promenu u količini ponuđenog dobra (Δx) u istom procentu, koeficijent elastičnosti ponude (E_x) će biti jednak 1. To se naziva jedinično ili stabilno elastična ponuda.

Na primer, ako cena soli poraste za 10%, većina ljudi će i dalje kupovati istu količinu soli jer je to osnovna namirnica, a so nema zamenu. Promena cene se podudara sa promenom u količini kupljene soli.

- Relativno neelastična ponuda ($0 < E_x < 1$):

Ako promena cene (Δp) za određeni procenat izazove manju promenu u količini ponuđenog dobra (Δx) u procentima, koeficijent elastičnosti ponude (E_x) će biti pozitivan, ali manji od 1. To ukazuje na relativnu neelastičnost ponude, gde proizvođači nisu previše osetljivi na promene cena.

Na primer, ako cena određenih lekova za hronične bolesti poraste za 10%, pacijenti će ih i dalje kupovati jer su im ti lekovi neophodni za održavanje zdravlja. Proizvođači tih lekova mogu povećati cene, ali potražnja neće naglo pasti.

- Savršeno neelastična ponuda ($E_x = 0$):

Ako promena cene (Δp) ne izazove nikakvu promenu u količini ponuđenog dobra (Δx), koeficijent elastičnosti ponude (E_x) će biti jednak nuli. To znači da je ponuda savršeno neelastična, i promena cena ne utiče na količinu ponuđenog dobra.

Ako neka osoba ima alergijsku reakciju opasnu po život i cena spasonosnog seruma je visoka, ona će ga kupiti jer je to pitanje života i smrti. Promena cene neće uticati na odluku o kupovini jer nema zamene za ovaj proizvod.

Koncept elastičnosti ponude pomaže ekonomistima i analitičarima da bolje razumeju kako proizvođači reaguju na promene cena na tržištu i kako se te promene odražavaju na ukupnu ponudu i tražnju za određenim dobrima ili uslugama.

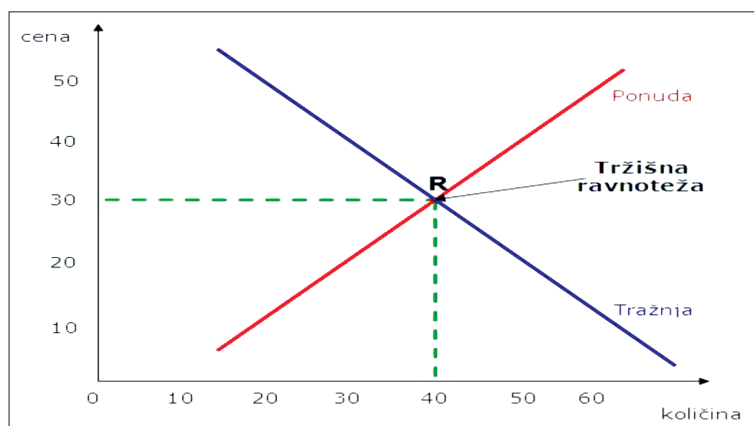
7. TRŽIŠNA RAVNOTEŽA

Razmatranje ponude i tražnje odvojeno je ključno za razumevanje ponašanja proizvođača i potrošača na tržištu. Proizvođači teže da maksimiziraju svoj profit tako što nude određene količine proizvoda ili usluga na tržištu po određenim cenama, dok potrošači, uz ograničen budžet, teže da maksimiziraju korisnost od dobara koja su im dostupna.

Međutim, tržišna slika postaje potpunija kada se sagledaju i ponuda i tražnja istovremeno, jer njihov odnos zajedno određuje količinu i cenu svakog dobra na tržištu. Ovaj odnos između ponude i tražnje formira *tržišnu ravnotežu* (tržišni ekvilibrijum), koja predstavlja *tačku gde su količina koju kupci žele da kupe poklapa*

sa količinom koju prodavci žele da prodaju. Kada tržišna ravnoteža postoji, to znači da nema pritiska na promenu cena ili količina dobara, jer su proizvođači i potrošači postigli saglasnost o trgovini zasnovanoj na toj ceni i količini.¹⁴⁰

Matematički, tržišna ravnoteža predstavlja tačku u kojoj se seku kriva tražnje i kriva ponude. Na primer, ako postoji samo jedan proizvođač automobila marke „A“, grafički prikaz ponude i tražnje za tim automobilom, može izgledati na sledeći način:



Grafik 8. Tržišna ravnoteža

- Kriva tražnje predstavlja koliko su automobila marke „A“ potrošači spremni kupiti po različitim cenama. Obično, kako cena pada, tražnja raste.
- Kriva ponude predstavlja koliko automobila marke „A“ proizvođači žele prodati po različitim cenama. Obično, kako cena raste, ponuda raste.

Tržišna ravnoteža se postiže kada se ove dve krive seku, konkretno u ovom primeru, pri ceni od 30. 000 NJ jer je tada cena pri kojoj kupci žele kupiti automobil jednaka količini koju proizvođači

¹⁴⁰ A.D. Brownlie and M. F. Lloyd Prichard (1963). *Professor Fleeming Jenkin, 1833–1885 Pioneer in Engineering and Political Economy*. Oxford Economic Papers, str. 211.

žele prodati. Ova tačka ravnoteže određuje konačnu cenu i količinu automobila marke „A“ na tržištu.

Postizanje tržišne ravnoteže ima ključne implikacije za formiranje cena i količina na tržištu.

U slučaju tržišta potpune konkurencije, slobodni tržišni mehanizam automatski gura tržište prema ravnoteži. Ako cena odstupa od ravnotežne cene, tržište će reagovati. Na primer, ako je cena tog modela automobila veća od 30.000 NJ, tražnja će opasti, a proizvođači mogu ostati sa viškom neprodatih automobila, što će ih primorati da smanje cenu kako bi se vratili na ravnotežnu tačku. S druge strane, ako je cena niža od 30.000 NJ, potražnja će rasti, a proizvođači će povećati cenu kako bi se vratili na ravnotežnu tačku.

Ova dinamika tržišta obezbeđuje da tržišna ravnoteža bude održiva i da cena i količina budu u skladu sa željama i mogućnostima kupaca i prodavaca.

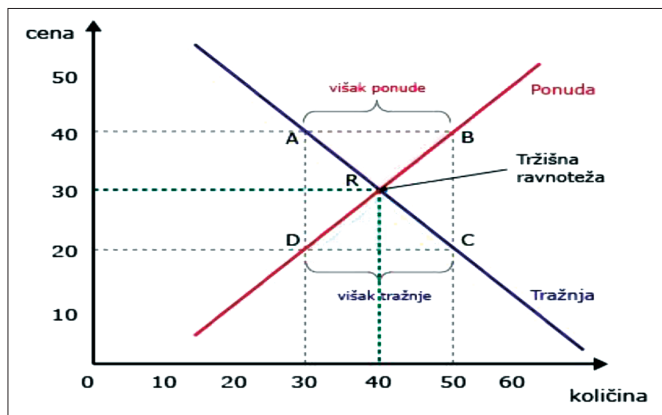
7.1. Višak tražnje i višak ponude

Tržišna cena za određenim dobrom može varirati i često biti različita od ravnotežne cene, pri čemu varijacije u ceni često rezultiraju prisustvom viška ponude ili viška tražnje.

U nastavku teksta se istražuje kako u ovakvim uslovima nevidljiva ruka tržišta automatski usklađuje tržišnu cenu sa ravnotežnom cenom.

U razmatranje se ponovo uzima primer proizvođača automobila u cilju boljeg razumevanja kako se tržišna cena usklađuje prema ravnotežnoj ceni u uslovima potpune konkurencije.

Tačka ravnoteže na tržištu bi bila ostvarena u tački R, koja predstavlja presek linije ponude i linije tražnje, pri čemu se zaključuje da bi pri tački R, odnosno pri ceni od 30.000 NJ bilo prodato 40.000 automobila.



Grafik 9. Tržišna neravnoteža

Međutim tržišna ravnoteža često biva narušena zbog uticaja najrazličitijih faktora, pri čemu će se u nastavku razmatrati situacija tržišne neravnoteže, kako bi se bolje razumeo koncept viška tražnje i viška ponude.

Situacija 1: *Višak ponude*

Ukoliko cena automobila skoči sa 30.000 na 40.000 NJ (tačka A na grafikonu) kupci više ne bi bili spremni da kupe 40.000 automobila, već samo 30.000, jer je cena porasla. S druge strane, po toj istoj povišenoj ceni (40.000 EUR), proizvođač bi bio spreman da ponudi 50.000 vozila (tačka B na grafikonu). Ovde se tržišna cena povećala iznad ravnotežne cene, što je rezultiralo viškom ponude.

Višak ponude se javlja kada je količina koju prodavac želi prodati (u ovom slučaju, 50.000 automobila) veća od količine koju su kupci spremni da kupe (u ovom slučaju, 30.000 automobila). Razlika između ovih brojeva, u ovom slučaju 20.000, predstavlja višak ponude. Prodavac će biti prisiljen da smanji cenu kako bi privukao više kupaca i prodao svoje nagomilane zalihe. Cena će padati sve dok se ne postigne ravnotežna cena, gde će se prodati cela ponuđena količina od 40.000 automobila.

Situacija 2: *Višak tražnje*

Ukoliko dođe do suprotne situacije, odnosno cena automobila padne ispod ravnotežne cene na 20.000 NJ, kupci bi bili spremni da kupe 50.000 automobila po toj nižoj ceni, ali bi proizvođač bio spreman da proizvede samo 30.000 automobila po toj ceni koja je niža od ravnotežne. Ovde se javlja višak tražnje.

Višak tražnje znači da je količina koju kupci žele kupiti (u ovom slučaju, 50.000 automobila) veća od količine koju je prodavac spreman da proda (u ovom slučaju, 30.000 automobila). Razlika između tražene i ponuđene količine iznosi 20.000. Kako je tražnja veća od ponude, prodavac će podići cenu automobila. Cena će rasti sve dok se ne postigne ravnotežna cena, gde će se postići ravnoteža na tržištu.

Ove situacije prikazuju kako se tržišna cena usklađuje sa ravnotežnom cenom kako bi se postigla ravnoteža između ponude i tražnje u potpuno konkurentnom tržištu. Samim tim, ovakav prikaz ilustruje „nevidljivu ruku tržišta“, koncept koji je Adam Smit, ekonomski filozof, prvi put opisao. To znači da tržište samo po sebi, putem promena cena, usklađuje ponudu i tražnju kako bi postiglo ravnotežu bez potrebe za centralnim planiranjem ili intervencijom o čemu je bilo više reči u ranijim poglavljima knjige.

7.2. Promene tržišne ravnoteže

Važno je razumeti da faktori koji utiču na tražnju i ponudu često međusobno deluju i da se tržište neprestano prilagođava ovim promenama. Ovi procesi su kompleksni i zahtevaju pažljivo praćenje i analizu kako bi se shvatila njihova dugoročna ravnoteža. Promena tržišne ravnoteže se dešava kada se faktori koji utiču na tražnju i ponudu menjaju, što može dovesti do različitih situacija na tržištu. Ovi faktori mogu delovati nezavisno jedni od drugih, a ponekad i istovremeno. Evo kako se ovi faktori manifestuju na tržištu:

Promena tražnje nastaje kada se promene faktori koji utiču na to koliko ljudi žele određeni proizvod. Na primer, ako potrošači

postanu bogatiji ili ako se pojave novi proizvodi koji su slični tom proizvodu (supstituti), tražnja može porasti. Kada se tražnja poveća, cena i količina na tržištu takođe se menjaju.

Promena ponude se dešava kada se promene faktori koji utiču na to koliko proizvoda je dostupno na tržištu. To može biti rezultat promena u troškovima proizvodnje, tehnološkom napretku ili dostupnosti resursa. Na primer, ako cena sirovina poraste, proizvođači mogu smanjiti svoju ponudu. Kada se ponuda smanji, cena i količina takođe se menjaju.

Promena i tražnje i ponude često se u stvarnosti dešavaju istovremeno. Na primer, rast dohotka potrošača (što utiče na tražnju) i rast cena resursa (što utiče na ponudu) mogu se dogoditi istovremeno. Ovo rezultira kompleksnim promenama na tržištu gde se cena i količina neprestano prilagođavaju.

Nepoznavanje, neuvažavanje ili neprilagođavanje promenama na tržištu može dovesti do problema na tržištu i gubitaka za sve učesnike.

Na primer, postoji tržište voća, gde se ponuda i tražnja za jabukama stalno menjaju. U jednom trenutku, cena jabuka je stabilna i odgovara tržišnoj ravnoteži, gde se količina ponuđenih jabuka podudara sa tražnjom. Međutim, ako proizvođači odluče da ignorišu promene u tražnji i nastave da proizvode istu količinu jabuka bez obzira na sve, mogli bi se suočiti sa sledećim problemima:

- Ako se tražnja za jabukama poveća (na primer, zbog sezonskog porasta interesovanja za jabuke), potrošači bi se mogli suočiti sa nestašicom jer proizvođači ne proizvode dovoljno jabuka da zadovolje povećanu tražnju. To bi moglo rezultirati rastućim cenama jabuka na crnom tržištu ili gubitkom kupaca.
- S druge strane, ako se tražnja za jabukama smanji (na primer, zbog novog trenda u ishrani), proizvođači bi i dalje proizvodili istu količinu jabuka, što bi moglo dovesti do viška ponude.

To bi moglo rezultirati propadanjem jabuka i gubicima za proizvođače.

Slično tome, ako potrošači ignorišu promene u tržišnoj ravnoteži i nastave da kupuju istu količinu jabuka bez obzira na sve, mogli bi se suočiti sa sličnim problemima u smislu nestašice ili viška ponude.

Ovaj primer ilustruje važnost prilagođavanja tržišnim promenama kako bi se održala ravnoteža između ponude i tražnje, a neprilagođeno ponašanje može dovesti do problema na tržištu i gubitaka za sve učesnike.

Pitanja za proveru znanja:

1. Koje su tržišne snage?
2. Šta je tražnja?
3. Šta je kriva tražnje i koji faktori utiču na promenu krive tražnje?
4. Šta je Gifenov paradoks i zašto on odstupa od osnovnog zakona tražnje?
5. Šta je Veblenov efekat i kako on utiče na kršenje zakona tražnje?
6. Kako psihološki efekat utiče na ponašanje ljudi u kriznim vremenima? Da li se ljudi tada ponašaju racionalno?
7. Objasniti elastičnost tražnje.
8. Šta je neelastična tražnja?
9. Šta je individualna ponuda i koja su njena ograničenja?
10. Šta je ponuda, kriva ponude i koji faktori utiču na promenu krive ponude?
11. Objasniti elastičnost ponude.
12. Objasniti kako se postiže tržišna ravnoteža.

Glava IX – TROŠKOVI

*Bez obzira koliko je neki problem složen,
on je sastavljen od jednostavnih delova.
Tako treba i da se rešava!*

AN VANG

1. POJAM TROŠKOVA

Troškovi su ključna komponenta ekonomske aktivnosti svake organizacije ili preduzeća. Oni predstavljaju ekonomske izdatke ili resurse koji se ulažu u proces proizvodnje dobara ili pružanja usluga s ciljem ostvarivanja dobiti ili drugih ekonomskih rezultata.

U suštini, troškovi su neophodni za stvaranje vrednosti. Kako bi se proizveli proizvodi ili pružile usluge, moraju se uložiti odgovarajući faktori proizvodnje, kao što su sirovine, radna snaga, sredstva za rad i ostali resursi. Ovi resursi se koriste tokom procesa proizvodnje i troše se kako bi se postigli željeni rezultati.

Važno je razumeti da troškovi nisu samo fizički ili materijalni; oni takođe uključuju novčane izdatke, kao što su plate zaposlenih, troškovi nabavke materijala, energije, transporta, porezi i druge poslovne izdatke. Sve ove stavke doprinose ukupnim troškovima proizvodnje ili pružanja usluga.

Troškovi su inherentni ekonomskoj aktivnosti jer nema proizvodnje ili pružanja usluga bez ulaganja resursa. Ovi resursi se često koriste kako bi se stvorila vrednost koja premašuje njihovu početnu vrednost. To znači da se ulaganje u troškove može isplatiti kroz prihode od prodaje proizvoda ili usluga, čime se ostvaruje dobit.

U krajnjoj liniji, razlika između prihoda i troškova predstavlja rezultat organizacije ili preduzeća. Ako su prihodi veći od troškova,

to rezultira dobiti, dok ako su troškovi veći od prihoda, dolazi do gubitka. Troškovi su stoga ključna determinanta ekonomske uspešnosti organizacije i igraju centralnu ulogu u upravljanju poslovnim aktivnostima.

1.1. Troškovi i utrošci

U ekonomiji, koncept troškova i utroška igra ključnu ulogu u procesu proizvodnje dobara i usluga.

Utrosak predstavlja prirodni izraz potrošnje faktora proizvodnje, kao što su sredstva za rad, predmeti rada i radna snaga, tokom procesa stvaranja novih dobara i usluga.¹⁴¹ Kada se govori o utrošku, misli se na fizičku potrošnju resursa radi ostvarivanja dobiti.

Troškovi, s druge strane, predstavljaju vrednosni izraz utrošenih faktora proizvodnje u cilju stvaranja dobara i ostvarivanja prihoda. To su konkretni numerički iznosi koji odražavaju vrednost faktora proizvodnje utrošenih tokom proizvodnje.¹⁴²

Da bi se povezali ovi koncepti, koriste se cene (C) kao ekonomska veza između utroška i troškova. Jednostavno rečeno, troškovi (T) su cenovni izraz utrošenih faktora proizvodnje, što se može predstaviti kao:

$$\text{Trošak (T)} = \text{cena (C)} * \text{utrosak (U)}$$

Važno je napomenuti da, iako su utrošci i troškovi u suštini isti koncepti, razlika je u njihovom vrednosnom izrazu. Utrošci se odnose na fizičku potrošnju, dok troškovi izražavaju vrednost te potrošnje u novcu. Važno je istaći još jednu karakteristiku koja se ogleda u ceni faktora proizvodnje. Na istom nivou utroška faktora proizvodnje, troškovi faktora proizvodnje mogu varirati u zavisnosti od cena tih

¹⁴¹ Ničić, M. (2008). *Upravljanje i kontrola troškova*. Novi Sad: Alfa-graf NS.

¹⁴² Kostić, Ž., Milojević, M. (1998). *Ekonomika preduzeća*. Beograd: Institut za ekonomiku i finansije.

faktora na tržištu. Na primer, ako cena rada raste, to će povećati troškove rada, čak i ako se količina rada (utrošak) ne promeni.

1.2. Troškovi i rashodi

Važno je razlikovati troškove od *rashoda*, iako se ovi termini često koriste kao sinonimi. Troškovi su novčani izdaci faktora proizvodnje koji se javljaju tokom proizvodnje i služe za ostvarivanje prihoda. Troškovi postaju rashodi kada se proizvedena dobra i usluge realizuju i donesu prihod.

Ključna razlika između ova dva pojma je u trenutku kada se evidentiraju u poslovnom računovodstvu. Troškovi se beleže tokom proizvodnje ili pružanja usluga, dok rashodi nastaju tek kada se proizvodi ili usluge prodaju i prihodi ostvare.

U cilju boljeg razumevanja ove razlike, važno je napomenuti da se troškovi poslovanja preduzeća, koji proizilaze iz proizvodnje dobara i usluga koje još nisu prodane ili čija proizvodnja nije završena, ne mogu tretirati kao rashodi. Ovi troškovi se moraju evidentirati u aktivni bilansa stanja, na primer, kao zalihe gotovih proizvoda ili zalihe nedovršene proizvodnje, sve dok se proizvodi ne prodaju i postanu deo prihoda.

1.3. Troškovi i cene

Troškovi imaju ključnu ulogu u formiranju cena proizvoda ili usluga. Da bi se razumele cene, prvo se moraju razumeti troškovi. Troškovi se koriste kao polazna osnova za kalkulaciju cena koštanja proizvedenih dobara i pruženih usluga.

Cena po kojoj preduzeće plasira svoje proizvode ili usluge na tržištu naziva se ciljnom tržišnom cenom. Ova cena se određuje dodavanjem „troškova plus“ na cenu koštanja. Ciljna tržišna cena je projektovana cena koja pokriva troškove poslovanja i obezbeđuje ostvarivanje odgovarajuće dobiti (profita).

Važno je napomenuti da stvarna tržišna cena proizvoda ili usluge zavisi od odnosa ekonomskih snaga na tržištu i može biti viša ili niža od ciljane tržišne cene. Ovaj odnos cena na tržištu ima ulogu u postavljanju konačne cene proizvoda ili usluge.

U suštini, razumevanje troškova i njihove veze s cenama je od suštinskog značaja za pravilno upravljanje poslovanjem i donošenjem poslovnih odluka.

2. TROŠKOVI PREDMETA RADA

Svaki proces proizvodnje novih dobara i usluga zahteva angažovanje i potrošnju različitih vrsta predmeta rada, kao što su sirovine, osnovni i pomoćni materijali, energija, rezervni delovi, usluge drugih preduzeća i drugi resursi. Ovi predmeti rada koriste se i troše tokom proizvodnje, a njihova utrošena vrednost u potpunosti se prenosi na novo proizvedeno dobro ili uslugu. Ova vrednost, bez izuzetka, uračunava se u cenu koštanja jedinice proizvedenog dobra ili usluge. Ovo fundamentalno svojstvo predmeta rada igra ključnu ulogu u ekonomiji i poslovanju. Njihovo pravilno upravljanje i racionalno trošenje su od suštinskog značaja za efikasnost proizvodnih procesa i za održavanje konkurentne prednosti na tržištu.

Kroz analizu i duboko razumevanje troškova predmeta rada, preduzeća mogu postići značajne benefite u svojim operacijama. Ovaj koncept igra ključnu ulogu u ekonomskim procesima i ima direktni uticaj na konačne cene proizvoda i usluga koje se nude na tržištu.

Troškovi predmeta rada, poznati i kao materijalni troškovi, izračunavaju se jednostavnom formulom: množenjem količine utrošenih predmeta rada (U_m) sa cenom tih predmeta rada (C_m):

$$M_t = U_m \times C_m.$$

Ovi troškovi čine bitan deo ukupnih troškova poslovanja i imaju značajan uticaj na konačnu cenu proizvoda ili usluge. Količinska

komponenta troškova, poznata kao utrošak, predstavlja merljivu dimenziju trošenja resursa tokom procesa proizvodnje.

Na primer, kod troškova materijala, lako je kvantifikovati koliko je materijala utrošeno, koristeći različite jedinice mere kao što su metri, kilogrami ili kvadratni metri. Utrošak se takođe može izraziti u broju komada, kilovat-časovima (kWh), metrima kubnim i drugim relevantnim jedinicama merenja, zavisno od vrste resursa.

Razumevanje i efikasno upravljanje troškovima predmeta rada omogućava preduzećima da optimizuju svoje operacije, smanje nepotrebne gubitke i povećaju ukupnu profitabilnost. Ovo se postiže kroz racionalno korišćenje sirovina, osnovnih i pomoćnih materijala, energije i drugih resursa koji se koriste u proizvodnom procesu.

2.1. Ekonomisanje predmetima rada i njihovo tržišno vrednovanje

Kao što je predhodno izloženo troškovi predmeta rada čine deo ukupnih troškova poslovanja i utiču na formiranje cene proizvoda ili usluge. Vrste troškova predmeta rada uključuju sirovine, osnovni materijal, pomoćni materijal, energiju i druge resurse koji se koriste tokom procesa proizvodnje.

Ukalkulisavanjem troškova predmeta rada u cenu koštanja po cenama nižim od tržišnih, koje su objektivno date, mogu se privući potrošači, ali takvo postupanje može dovesti do problema u ostvarivanju profita potrebnog za održivost. Sa druge strane, ako se cene postavljaju iznad tržišnih to može rezultirati gubljenjem konkurentske pozicije i generisanjem gubitaka.

Pravilno balansiranje cena predmeta rada u skladu sa tržišnim uslovima zahteva praćenje tržišnih trendova, analizu konkurencije i kontinuirano prilagođavanje cena. Organizacije koje uspešno vrednuju svoje predmete rada na tržištu imaju veću šansu za ostvarivanje profita i dugoročnu stabilnost.

Sem obračuna troškova predmeta rada po tržišnim cenama, način na koji se ovi resursi troše tokom procesa proizvodnje direktno utiče na ukupne troškove predmeta rada. Ovo znači da čak i uz iste tržišne cene predmeta rada, efikasnije korišćenje tih resursa tokom proizvodnje može značajno smanjiti ukupne troškove proizvodnje.

Na primer, ako preduzeće uspe da efikasno upravlja svojom potrošnjom energije, optimizuje količinu materijala koju koristi ili minimizuje gubitke tokom procesa proizvodnje, može smanjiti ukupne troškove predmeta rada, čak i ako su tržišne cene tih resursa nepromenjene. Ovo je ključni element ekonomisanja predmetima rada. Veći stepen ekonomisanja znači bolje upravljanje resursima i smanjenje bespotrebnih troškova tokom proizvodnje. To može značiti korišćenje manje energije, smanjenje otpada, optimizaciju procesa ili druge mere koje smanjuju utrošak resursa.

Preduzeća koja uspevaju da postignu visok stepen ekonomisanja obično su konkurentnija na tržištu jer imaju niže troškove proizvodnje. Ovo može rezultirati ostvarivanjem konkurentske prednosti, višim profitima i održivim poslovnim uspehom.

U vezi sa prethodnim konceptom ekonomisanja predmetima rada, važno je istaći ulogu tehničkih normativa i standarda, koji imaju važnu ulogu u praćenju nivoa potrošnje predmeta rada tokom proizvodnje. Prema tim normativima, kompanije postavljaju standarde za optimalnu količinu resursa koji bi trebalo da se koriste u određenom proizvodnom procesu.

Ako troškovi predmeta rada premašuju one koji su postavljeni standardima, to može ukazivati na neefikasno upravljanje resursima i potrebu za poboljšanjem procesa. Ovo podseća na važnost efikasnog korišćenja resursa kako bi se smanjili troškovi proizvodnje i postigla konkurentska prednost.

3. TROŠKOVI SREDSTAVA RADA

Razumevanje troškova sredstava rada je važno za efikasno upravljanje poslovanjem i pravilno priznavanje troškova u procesu proizvodnje. Troškovi sredstava rada se odnose na troškove koji proizilaze iz upotrebe imovine, kao što su mašine, oprema i postrojenja, u proizvodnom procesu.

Međutim, postoje delovi imovine, kao što su mašine ili postrojenja, kod kojih je teško odrediti tačno koliko se troši tokom proizvodnje. U takvim situacijama primenjuju se metode priznavanja troškova sredstava rada, pri čemu se najčešće koristi metod *amortizacije* koji će u nastavku izlaganja biti detaljnije objašnjen.

3.1. Amortizacija i metode obračuna

Amortizacija (otpis vrednosti) je proces postepenog trošenja vrednosti osnovnih sredstava tokom njihovog veka korišćenja. Osnovna sredstva (kao što su mašine, oprema, zgrade i vozila), gube deo svoje nabavne vrednosti tokom korišćenja, čime se smanjuje njihova proizvodna i upotrebna vrednost a ovaj izgubljeni deo vrednosti se računski priznaje kao amortizacija i kao trošak u finansijskim izveštajima preduzeća. Važno je napomenuti da amortizacija predstavlja trošak koji ne izaziva odliv novca iz preduzeća, već je knjigovodstvenu stavku kojom se priznaju troškovi korišćenja osnovnih sredstava.

Neka osnovna sredstva, kao što su zemljišta, šume i određeni građevinski objekti, ne podležu obavezi otpisivanja jer se smatra da ne gube vrednost tokom veka trajanja. Osnovna namena amortizacije je da se pravično prikažu troškovi korišćenja sredstava za rad tokom perioda kada se ta sredstva koriste za proizvodnju dobara ili usluga, pri čemu se amortizacionim fondom obezbeđuju finansijska sredstva za zamenu postojećih osnovnih sredstava kada dođe vreme za njihovu obnovu ili zamenu.

Svako osnovno sredstvo ima različite vrednosti koje su ključne za knjigovodstvo i finansijsko izveštavanje. Nabavna vrednost obuhvata fakturnu cenu osnovnog sredstva i sve zavisne troškove nabavke.

Otpisana vrednost je iznos koji je već priznat kao amortizacija u prethodnim periodima. Sadašnja (knjigovodstvena) vrednost se izračunava kao razlika između nabavne vrednosti i otpisane vrednosti i predstavlja trenutnu vrednost osnovnog sredstva u knjigovodstvu. Neotpisana vrednost je iznos koji još uvek nije priznat kao amortizacija.

$$\begin{aligned} & \text{Nabavna vrednost (fakturna + zavisni troškovi nabavke)} \\ & - \text{otpisana vrednost} = \text{sadašnja, knjigovodstvena} \\ & \quad \text{ili neotpisana vrednost} \end{aligned}$$

Amortizacija se obračunava prema postupku koji je predviđen zakonom, a predstavlja deo osnovnih sredstava za koji se smatra da je fizički ili ekonomski potrošen. Amortizacija se može obavljati po vremenskom ili po funkcionalnom sistemu obračuna.

3.1.1. Vremenske metode amortizacije

Suština vremenske metode amortizacije je u tome da se nabavna vrednost osnovnog sredstva ravnomerno raspodeli na ceo vek njegovog korišćenja. Ovo zahteva da je potrebno razlikovanje ekonomskog i tehničkog veka trajanja sredstva, pri čemu je ekonomski vek obično kraći od tehničkog, zbog ekonomske zastarelosti opreme.

Ekonomski vek trajanja uzima u obzir ekonomske faktore kao što su troškovi održavanja, amortizacije i potencijalne vrednosti osnovnog sredstva na sekundarnom tržištu nakon završetka njegove primarne upotrebe. Sa druge strane, tehnički vek trajanja osnovnog sredstva predstavlja vremenski period tokom kojeg se očekuje da će to osnovno sredstvo moći da funkcioniše i da obavlja svoju osnovnu funkciju bez većih problema ili potrebe za značajnim popravkama ili zamenama. Tehnički vek trajanja se obično određuje na osnovu tehničkih karakteristika, fizičkog habanja i drugih faktora koji utiču na sposobnost osnovnog sredstva da obavlja svoju funkciju.

Vremenska metoda amortizacije može se primenjivati putem različitih metoda, uključujući.¹⁴³

¹⁴³ Radovanović, R., Škarić-Jovanović, K. (2000). *Finansijsko računovodstvo*. Beograd, str. 164.

- linearnu (ravnomernu, konstantnu),
- progresivnu i
- degresivnu metodu.

Iako postoji nekoliko različitih metoda za obračunavanje amortizacije, najčešće korišćena i najjednostavnija metoda je linearna amortizacija. U nastavku, detaljnije će se objasniti ova široko primenjivana metoda.

Linearna amortizacija je metoda koja polazi od pretpostavke da se vrednost osnovnog sredstva ravnomerno smanjuje tokom njegovog veka trajanja. Drugim rečima, pretpostavlja se da se sredstvo troši istim intenzitetom iz godine u godinu. Ova metoda je najčešće korišćena u praksi zbog svoje jednostavnosti i transparentnosti.

Najosnovniji princip linearne amortizacije je da se nabavna cena osnovnog sredstva podeli na broj godina njegovog ekonomskog veka trajanja. Na taj način se dobija godišnja amortizaciona kvota, tj. iznos koji se svake godine „otpisuje“ kako bi se reflektovao trošak upotrebe osnovnog sredstva. Ova kvota ostaje konstantna tokom celog veka trajanja sredstva. Linearna amortizacija može se razmatrati kroz primer; Ukoliko se pretpostavi da je firma kupila računar po ceni od 60.000 NJ, a procenjeni vek trajanja tog računara je 4 godine. Izračunavanje godišnjeg vrednosnog otpisa tog računara koristeći linearnu amortizaciju vrši se na sledeći način.

Koristi se formula za izračunavanje godišnjeg vrednosnog otpisa:

$$a = \frac{OS}{n}$$

Gde je:

- a – godišnji vrednosni otpis
- OS – nabavna vrednost osnovnog sredstva (u ovom slučaju, 60.000 NJ)
- n – procenjeni vek trajanja osnovnog sredstva (u ovom slučaju, 4 godine)

$$a = \frac{OS}{n} = \frac{60.000}{4} = 15.000$$

Ovo znači da će se svake godine „otpisivati“ vrednost od 15.000 NJ sa nabavne cene tog računara.

Da bi se bolje razumelo kako se vrednost računara menja tokom vremena koristeći linearnu amortizaciju, obračun se može prikazati putem tabele:

Tabela 11. Prikaz vrednosnog otpisa na osnovu linearnog metoda obračuna AM

Godina	Nabavna vrednost	Godišnji vrednosni otpis	Preostala vrednost
1	60.000	15.000	45.000
2	45.000	15.000	30.000
3	30.000	15.000	15.000
4	15.000	15.000	0

Ova tabela prikazuje kako se vrednost računara smanjuje za 15.000 NJ svake godine, što je godišnji vrednosni otpis. To znači da će se svake godine trošiti 15.000 NJ za amortizaciju, nezavisno od njene stvarne vrednosti na tržištu ili njenog fizičkog stanja.

Nakon 4 godine, preostala vrednost računara će biti nula, što znači da je računar u potpunosti amortizovan, i njegova vrednost na papiru je nula dolara. Ovako funkcioniše linearna amortizacija – jednostavno i ravnomerno smanjenje vrednosti osnovnog sredstva tokom veka trajanja.

Postoji i drugi način koji se može koristiti za izračunavanje linearnog vrednosnog otpisa osnovnog sredstva. Njegova primena će se razmatrati na istom primeru amortizovanja računara:

Prvo se izračunava visina procentne stope (stopa vrednosnog otpisa). Visina procentne stope (p) izračunava se stavljanjem u odnos broja 100 sa procenjenim vekom trajanja osnovnog sredstva (n).

$$p = \frac{100}{n} = \frac{100}{4} = 25\%$$

Zatim se koristi ova stopa vrednosnog otpisa (p) za izračunavanje godišnjeg vrednosnog otpisa (a) koristeći sledeću formulu:

$$a = \frac{OS * p}{100} = \frac{60.000 * 25\%}{100} = 15.000$$

Primećuje se dobijanje istog rezultata bez obzira na primenjivanu metodu izračunavanja, čime se zaključuje da godišnji vrednosni otpis iznosi 15.000 NJ, što znači da se vrednost računara svake godine smanjuje za 15.000 NJ ili 25% od njegove početne vrednosti.

Linearne amortizacije su atraktivne zbog svoje jednostavnosti i predvidljivosti. Međutim, važno je napomenuti da ova metoda ne uzima u obzir faktore kao što su ubrzano tehničko zastarevanje ili promene u vrednosti osnovnog sredstva usled inflacije ili tržišnih uslova. Zbog toga se u nekim slučajevima mogu koristiti druge metode amortizacije kako bi se potpunije odrazili specifični ekonomski faktori koji utiču na vrednost osnovnog sredstva tokom vremena.

Metod progresivnog otpisa podrazumeva da se amortizacione kvote iz godine u godinu povećavaju tokom veka trajanja osnovnog sredstva. Ovo znači da se u ranijim godinama troši veći deo nabavne vrednosti osnovnog sredstva, dok se u kasnijim godinama trošak smanjuje. Iako teoretski ovaj metod može pružiti precizniju sliku o troškovima tokom veka trajanja osnovnog sredstva, retko se koristi u praksi zbog svoje složenosti i nepraktičnosti.

Metod degresivnog otpisa suprotan je progresivnom metodu i podrazumeva otpisivanje nabavne vrednosti osnovnog sredstva koristeći opadajuće amortizacione kvote tokom njegovog ekonomskog veka trajanja. Ovo znači da su stope amortizacije najviše na početku veka trajanja osnovnog sredstva, a potom se postepeno smanjuju kako vreme prolazi. Ovaj metod se češće koristi u praksi od progresivnog metoda jer je jednostavniji za primenu i lakši za

razumevanje. Takođe, reflektuje prirodan pad vrednosti osnovnih sredstava tokom vremena.

3.1.2. Funkcionalna metoda amortizacije

Funkcionalna metoda amortizacije je pristup koji se koristi za određivanje amortizacije osnovnih sredstava na osnovu njihove funkcionalne upotrebe ili korišćenja tokom vremena. Ovaj metod se često koristi za procenu vrednosti osnovnih sredstava, posebno u situacijama gde se upotreba tih sredstava može znatno razlikovati tokom veka trajanja.

Prema funkcionalnoj metodi amortizacije, predmetno sredstvo se više amortizuje što se više koristi, jer se amortizacija određuje na osnovu stvarne upotrebe i produktivnosti sredstva tokom vremena. To znači da će više sredstava biti izdvojeno za fond amortizacije u godinama kada je sredstvo intenzivno u upotrebi i ostvaruje veći prihod za preduzeće. S druge strane, ako osnovno sredstvo nije u funkciji i ne koristi se tokom nekog perioda, tada se neće vršiti amortizacija, odnosno neće se izdvajati sredstva za fond amortizacije tokom tih neaktivnih godina. Ovo je logično jer amortizacija treba da odražava stvarno trošenje i korišćenje osnovnog sredstva.

Primer koji može pomoći da se bolje razume funkcionalna metoda amortizacije može se postaviti na sledeći način: preduzeće XY je nabavilo specijalizovanu mašinu za proizvodnju aluminijumskih profila čija nabavna vrednost iznosi 2.000.000 NJ. Očekuje se da će ukupna proizvodnja aluminijumskih profila tokom njenog ekonomskog veka trajanja biti 400.000 komada. Takođe, tokom prve godine, planira se proizvodnja od 140.000 komada aluminijumskih profila. Izračunavanje godišnje stope amortizacije koristeći funkcionalnu metodu sprovodi se na sledeći način.

1. Prvo se izračunavaju troškovi amortizacije po jedinici učinka (u ovom slučaju, po proizvedenom komadu aluminijumskih profila):

Troškovi amortizacije po jedinici učinka = Nabavna vrednost mašine / Ukupna proizvodnja.

$$\begin{aligned} & \text{Troškovi amortizacije po jedinici učinka} \\ & = 2.000.000 \text{ dinara} / 400.000 \text{ komada} = 5 \text{ dinara po komadu.} \end{aligned}$$

2. Sada se može izračunati godišnja kvota amortizacije za prvu godinu, budući da je planirana proizvodnja od 140.000 komada aluminijumskih profila u toj godini:

$$\begin{aligned} & \text{Godišnja kvota amortizacije za prvu godinu} \\ & = \text{Planirana proizvodnja za prvu godinu} \times \text{Troškovi amortizacije po jedinici učinka} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{Godišnja kvota amortizacije za prvu godinu} = 140.000 \text{ komada} \\ & \times 5 \text{ dinara} = 700.000 \text{ dinara} \end{aligned}$$

3. Takođe, treba napomenuti da se za naredne godine koristi ista stopa amortizacije po jedinici učinka, ali se koristi planirana (ostvarena) proizvodnja za te godine u izračunavanju godišnje kvote amortizacije.

Tabela 12. Tabelarni prikaz obračunavanja amortizacije

Godina	Nabavna vrednost u dinarima	Broj proizvedenih proizvoda	AM po jedinici proizvoda	Godišnji iznos AM	Ukupni iznos u AM fondu	Sadašnja vrednost mašine
1.	2.000.000	140.000	5	700.000	700.000	1.300.000
2.	2.000.000	100.000	5	500.000	1.200.000	800.000
3.	2.000.000	120.000	5	600.000	1.800.000	200.000
4.	2.000.000	40.000	5	200.000	2.000.000	0

U promenjenoj tabeli, nabavna vrednost mašine postepeno se smanjuje svake godine, uzimajući u obzir godišnju kvotu amortizacije. Mašina se amortizuje tokom četiri godine, nakon čega smanjuje svoju vrednost na 0 NJ, kada je potpuno amortizovana i više nema knjigovodstvenu vrednost. Sadašnja vrednost mašine prikazuje koliko vredi na kraju svake godine.

Funkcionalna metoda amortizacije je fleksibilnija od linearnog ili degresivnog metoda jer uzima u obzir stvarne obrasce upotrebe osnovnih sredstava. Međutim, zahteva detaljniju evidenciju i praćenje korišćenja sredstava tokom vremena, što može biti kompleksnije. Ovaj metod se često koristi pri proceni vrednosti osnovnih sredstava u specifičnim industrijama ili situacijama gde je takav pristup prikladan.

3.1.3. *Amortizacioni fond*

Kako bi se u potpunosti razumela važnost metode amortizacije, važno je upoznati se sa pojmovima koji su povezani sa amortizacijom. Amortizacioni fond predstavlja ključni aspekt ovih pojmova, igrajući suštinsku ulogu u očuvanju finansijske stabilnosti preduzeća i obezbeđivanju sredstava za zamenu istrošenih osnovnih sredstava.

Amortizacioni fond predstavlja poseban finansijski mehanizam koji se formira tokom različitih faza poslovanja preduzeća. Ovaj fond se puni delom sredstava koja su utrošena za rad (amortizacija) i postaju dostupna u obliku novca nakon faze realizacije dobara i usluga ili ostvarivanja ukupnog prihoda. Svrha ovog fonda je postepeno i dugoročno akumuliranje novčanih sredstava koja su namenski određena za zamenu osnovnih sredstava koja su tokom vremena istrošena ili amortizovana.¹⁴⁴

Sredstva za amortizaciju se čuvaju na posebnom računu ili se formira poseban amortizacioni fond unutar preduzeća. Ovaj fond služi kao rezerva koja se koristi za nadoknadu vrednosti osnovnih sredstava koja su prenesena ili umanjena tokom njihove upotrebe. Na taj način, amortizacioni fond igra ključnu ulogu u očuvanju finansijske stabilnosti preduzeća i obezbeđuje potrebna sredstva za nabavku novih osnovnih sredstava kako bi se održala kontinuirana poslovna aktivnost.

¹⁴⁴ Jovanović A., Mihajlović I., Živković, Ž. (2005). *Upravljanje proizvodnjom*. Bor.

3.1.4. Amortizacija u poslovnom kontekstu

Amortizacija predstavlja ključni aspekt računovodstvenog i finansijskog upravljanja u poslovnom okruženju.¹⁴⁵ Kako bi poslovna preduzeća efikasno planirala svoje budžete, obezbedila finansijsku stabilnost i donela odluke o reinvestiranju u osnovna sredstva, različiti pristupi amortizaciji se primenjuju u skladu sa specifičnim ciljevima i strategijama, a načešće je to:

- potcenjena vrednost amortizacije
- realna vrednost amortizacije
- precenjena vrednost amortizacije

Potcenjena vrednost amortizacije primenjuje se kada preduzeće želi da smanji ukupne troškove poslovanja i cenovnu konkurentnost proizvoda ili usluga. Preduzeća koja primenjuju ovu strategiju svesno umanjuju vrednost amortizacije kako bi njihovi proizvodi ili usluge bili atraktivniji za kupce, nudeći niže cene. Ovakva praksa može privremeno povećati konkurentne prednosti na tržištu, ali dugoročno se može suočiti s problemima jer se sredstva iz amortizacije ne koriste za adekvatnu zamenu istrošenih osnovnih sredstava. To može dovesti do toga da preduzeće nema dovoljno sredstava da kupi nova sredstva kada postojeća dođu do kraja svog veka trajanja.

Realnu vrednost amortizacije primenjuju preduzetnici i preduzeća koja žele da održe realan i tačan prikaz vrednosti svojih osnovnih sredstava. Preduzeća koja primenjuju ovu strategiju veruju da je najbolje amortizovati osnovna sredstva prema stvarnom trošku njihove upotrebe i istrošenosti. Ovakav pristup osigurava tačno vrednovanje osnovnih sredstava i pomaže preduzećima da donose odluke o reinvestiranju na osnovu stvarnih potreba i troškova.

Precenjena vrednost amortizacije često se koristi kada preduzetnici žele da prikriju stvarno ostvareni profit od države ili drugih zainteresovanih strana i akumuliraju na neprimetan način odgovarajuća

¹⁴⁵ MPC – Međunarodni računovodstveni standardi (International Accounting Standards – IAS).

novčana sredstva za realizaciju određenih ciljeva i poduhvata sa kojima ne žele da upoznaju interesnu javnost. Takođe se koristi za akumulaciju sredstava u amortizacionom fondu koja se kasnije mogu koristiti za različite svrhe, uključujući i realizaciju posebnih projekata ili za formiranje rezervi. Ova strategija, međutim, nosi određeni rizik, jer može izazvati nesporazume ili probleme sa regulativnim telima i interesnim grupama.

Može se zaključiti da je razumevanje različitih pristupa amortizaciji i značaja novčanog fonda koji proizilazi iz amortizacije važno za održavanje finansijske stabilnosti. Novčani fond nastao iz amortizacije može se koristiti za različite svrhe u poslovnom okruženju. Najčešće se sredstva iz ovog fonda koriste za zamenu istrošenih ili zastarelih osnovnih sredstava, omogućavajući preduzeću da održava svoju operativnu efikasnost. Osim toga, novčani fond se može koristiti za modernizaciju tehnološkog sistema poslovanja, investicije u nove tehnologije ili za pokrivanje neočekivanih troškova. Ključno je pažljivo i racionalno upravljati sredstvima iz amortizacije kako bi se osiguralo da završe u produktivnoj potrošnji i kako bi služila za podržavanje dugoročnih ciljeva preduzeća.

4. TROŠKOVI RADA

U poslovnom svetu, radna snaga se smatra jednim od ključnih faktora proizvodnje, rame uz rame sa sredstvima za proizvodnju. Često se naziva „ljudskim kapitalom“ jer predstavlja zbir znanja, veština i sposobnosti koje poseduju zaposleni.¹⁴⁶ Rad i cena rada igraju ključnu ulogu u ekonomskom ekosistemu, a razumevanje troškova rada je neophodno za održavanje finansijske stabilnosti i efikasnosti poslovanja.

¹⁴⁶ Petković, S. & Berberović, Š. (2013). *Ekonomika i upravljanje malim i srednjim preduzećima*. Banja Luka: Ekonomski fakultet.

4.1. Rad i cena rada

Radna snaga se posmatra kao roba, baš kao i svaka druga roba koju tržište nudi. Radnik, vlasnik radne snage, „prodaje“ svoju uslugu poslodavcu, tj. vlasniku kapitala, koji „kupuje“ tu uslugu u obliku radne snage i plaća odgovarajuću cenu. Cena ove usluge, odnosno nadnica ili plata, zavisi od tržišne ponude i tražnje za radnom snagom.

Troškovi rada (označeni kao Tr) predstavljaju proizvod količine radne snage (Ur) i njene cene (Cr).¹⁴⁷

$$Tr = Ur \times Cr$$

Drugim rečima, troškovi rada predstavljaju koliko je novca potrebno da se obezbedi određena količina rada. Troškovi rada čine deo ukupnih troškova poslovanja (Trp) i obuhvataju sve što se odnosi na angažovanje radnika, uključujući i troškove zapošljavanja, obuke, zdravstvenog i penzionog osiguranja, kao i nadnice.

Za poslodavca, nadnica koju plaća radniku predstavlja trošak poslovanja i deo ukupnih troškova koje preduzeće ima. Upravljanje troškovima rada je ključno za održavanje konkurentnosti na tržištu. Preduzeća će zapošljavati radnike sve dok vrednost njihove proizvodnje (dodatak vrednosti) proistekle iz tog zapošljavanja bude veća od isplaćenih nadnica. To je poznato kao teorija marginalne produktivnosti.

Ponuda i tražnja za radnom snagom takođe igraju ključnu ulogu u oblikovanju cena rada. Ako su nadnice niske, tražnja za radnom snagom će biti veća, dok će visoke nadnice rezultirati manjom tražnjom. To se može povezati sa zakonom opadajućeg prinosa u proizvodnji, gde je viša cena rada obično praćena smanjenjem tražnje za radnom snagom.

Osim isplaćenih nadnica, troškovi rada uključuju i troškove zapošljavanja radnika (naknade agencijama za zapošljavanje,

¹⁴⁷ Nikolić R. (2012). *Troškovi u poslovnoj ekonomiji, drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje*. Bor.

oglašavanje za prijem radnika, troškove obuke i osposobljavanja, itd.), troškove zdravstvenog i penzionog (socijalnog) osiguranja radnika, kompenzacije u slučaju prestanka radnog odnosa, i mnoge druge. Izbor pravih radnika za određene poslove je veoma važno za efikasnost preduzeća. Takođe, izbor menadžera je od suštinskog značaja jer menadžeri direktno utiču na uspeh preduzeća.

U cilju osiguravanja održivog poslovanja, posebna pažnja se posvećuje kako isplati radnika, tako i svim drugim elementima koji čine troškove rada. Ovi troškovi utiču na konkurentnost, produktivnost i profitabilnost preduzeća, i kao takvi, zahtevaju pažljivo planiranje i praćenje kako bi se postigao optimalan balans između troškova i produktivnosti radne snage.

4.2. Metode utvrđivanja nadnica

U praksi, postoje različite metode za utvrđivanje nadnica radnika, uključujući:

- plaćanje po normi,
- po učinku
- po vremenu i
- kombinovane metode, čiji izbor zavisi od specifičnih potreba i prirode poslovanja preduzeća.

Plaćanje po normi je česta metoda u proizvodnim industrijama. Ova metoda se zasniva na utvrđivanju normi rada, što predstavlja unapred vremenski određenu količinu i kvalitet tekućeg rada radnika potrebnog za proizvodnju jedinice proizvoda. Drugim rečima, rad radnika se normira na osnovu neophodnih časova rada za proizvodnju jedne jedinice proizvoda. Nadcina radnika se potom utvrđuje na osnovu broja norma-časova i cene rada po času. Ova metoda je posebno korisna u proizvodnim procesima gde je moguće precizno kvantifikovati radne učinke zaposlenih. Plaćanje po normi omogućava jasno merenje produktivnosti radnika i pravilno obračunavanje nadnica.

Plaćanje po učinku, podstiče radnike da budu produktivniji i efikasniji u proizvodnom procesu. Kod ove metode, nadnica se utvrđuje množenjem količine proizvoda koje je radnik proizveo i cene rada po jedinici proizvoda. Ovo znači da radnik zarađuje više ukoliko proizvede veći broj jedinica proizvoda u istom vremenskom periodu. Plaćanje po učinku često se primenjuje tamo gde je merenje radnog učinka precizno i kada se želi podstaći brza i efikasna proizvodnja. Radnici su podstaknuti da postižu veći učinak za kraće vreme, što može povećati produktivnost i profitabilnost preduzeća.

Plaćanje po vremenu se primenjuje tamo gde je teško ili nemoguće meriti radni učinak radnika, kao što je slučaj u administrativnim poslovima. Ova metoda se zasniva na jednostavnom principu – radnik prima nadnicu na osnovu radnog vremena koje provede na poslu. Plaćanje po vremenu je često primenjivano za radnike koji obavljaju poslove gde nije moguće precizno meriti proizvedene količine ili kvalitet rada. Iako ova metoda ne podstiče direktno produktivnost kao plaćanje po učinku, ona je često neophodna za određene vrste poslova.

Kombinovane metode se takođe susreću u praksi utvrđivanja nadnica radnika. Ovo podrazumeva korišćenje elemenata plaćanja po normi, plaćanja po učinku i plaćanja po vremenu, prilagođenih specifičnim potrebama i karakteristikama posla. Kombinovane metode mogu biti korisne kada je potrebno balansirati potrebu za preciznim merenjem rada i podsticanje produktivnosti radnika.

Izbor odgovarajuće metode plaćanja radnika zavisi od prirode posla, industrije i ciljeva preduzeća. Važno je da preduzeća pažljivo razmotre koje metode najbolje odgovaraju njihovim potrebama kako bi obezbedila efikasan rad i motivisane radnike.

5. TROŠKOVI I OBIM PROIZVODNJE

Koncept klasifikacije troškova prema zakonitostima ponašanja je ključan za ekonomsku analizu i donošenje poslovnih odluka. Omogućava preduzećima da bolje razumeju kako troškovi reaguju na promene u obimu proizvodnje i nivou aktivnosti, što je od suštinskog značaja za upravljanje resursima, planiranje, donošenje odluka o cenama, i ostale strategijske aktivnosti. Preduzeća takođe mogu analizirati troškove u kontekstu diferencijalnih troškova, što se odnosi na promenu troškova usled specifičnih odluka ili promena u proizvodnom procesu, o čemu će biti više reči u nastavku.

5.1. Fiksni troškovi

Svako razumevanje troškova klasifikovanih prema zakonitosti ponašanja u odnosu na promenu obima proizvodnje počinje osnovnom podelom na:

- fiksne i
- varijabilne troškove

Fiksni troškovi koji ostaju nepromenjeni bez obzira na promenu obima proizvodnje. To znači da se ne menjaju sa povećanjem ili smanjenjem proizvodnje ili nivoa aktivnosti preduzeća. Fiksni troškovi uključuju na primer: troškove amortizacije, troškove osiguranja, troškove zakupa, troškove plata režija, troškove doprinosa, članarina i kamata. Ovi troškovi ostaju nepromenjeni u svom ukupnom iznosu, čak i ako je obim proizvodnje nula, fiksni troškovi ostaju konstantni, pri čemu *prosečni fiksni troškovi* opadaju kako se povećava obim proizvodnje po jedinici.

Prosečni fiksni troškovi (PFT) se izračunavaju kao odnos ukupnih fiksnih troškova (UFT) i količine proizvoda (Q), odnosno:

$$\text{PFT} = \text{UFT} / Q$$

5.2. Varijabilni troškovi

Varijabilni troškovi se menjaju u skladu sa promenom obima proizvodnje ili nivoa aktivnosti preduzeća. To su troškovi koji u svom ukupnom iznosu proporcionalno uslovljeni stepenom zaposlenosti.¹⁴⁸

Treba navesti da ovi troškovi evoluiraju kako se obim proizvodnje menja, ali se u praksi retko ostvaruje potpuna proporcionalnost troškova i obima proizvodnje. Umesto toga, češće se javlja proporcionalno, progresivno i degresivno kretanje troškova kako se stepen iskorišćenja kapaciteta proizvodnje menja, čak i kada se proizvodi isti tip proizvoda.¹⁴⁹

O mogućim kretanjima varijabilnih troškova može se dobiti bolji uvid kroz sledeće situacije:

Potpuna proporcionalnost javlja se u idealnom scenariju, i znači da se varijabilni troškovi proporcionalno povećavaju ili smanjuju sa svakim povećanjem ili smanjenjem obima proizvodnje. Na primer, ako proizvodite komade odeće i svaki komad zahteva jedan metar tkanine, trošak tkanine bi bio potpuno proporcionalan obimu proizvodnje. Svaki dodatni komad odeće bi značio dodatni trošak za jedan dodatni metar tkanine.

Ravnomerno proporcionalno kretanje troškova se dešava kada troškovi ne rastu ili opadaju tačno u istoj meri kao obim proizvodnje. Na primer, ukoliko se posmatra proizvodnja elektronskih uređaja, kao što su pametni telefoni, ukoliko se proizvede 1.000 pametnih telefona, ukupni trošak za komponente i materijale može iznositi 100.000 NJ. Kada se poveća proizvodnja na 2.000 pametnih telefona, troškovi materijala se povećavaju, ali se ne udvostručuju na 200.000 NJ. Umesto toga, možda će se povećati na 160.000 NJ. Ovo je primer

¹⁴⁸ Novičević, B., Antić, Lj. (2005). *Upravljačko računovodstvo – obračun troškova*. Niš, str. 54.

¹⁴⁹ Petković, S. & Berberović, Š. (2013). *Ekonomika i upravljanje malim i srednjim preduzećima*. Banja Luka: Ekonomski fakultet.

ravnomernog proporcionalnog kretanja troškova, gde rast troškova nije u potpunoj proporciji sa povećanjem obima proizvodnje.

Progresivno kretanje troškova znači da troškovi rastu brže od povećanja obima proizvodnje. To može biti posledica različitih faktora kao što su povećane cene sirovina ili radne snage. Na primer, ako se cena električne energije poveća značajno kada povećate proizvodnju, to bi predstavljalo progresivno kretanje troškova.

Degresivno kretanje troškova znači da troškovi rastu sporije ili opadaju kako se povećava obim proizvodnje. Ovo se obično dešava kada preduzeće ostvaruje ekonomsku korist od masovne proizvodnje ili kada bolje koristi svoje resurse. Na primer, ako se štampa 1.000 knjiga, po jedinici proizvoda trošak može biti 10 eura. Međutim, kada se poveća proizvodnja na 10.000 knjiga, može se primetiti da trošak po jedinici proizvoda opada na 8 eura. To se dešava zbog masovne proizvodnje, veće efikasnosti u štampanju i boljeg iskorišćenja resursa, što rezultira nižim troškovima po jedinici proizvoda.

Pored ovih promenljivih troškova, važno je napomenuti da postoje i *prosečni varijabilni troškovi* koji pružaju korisne informacije o tome koliko prosečno iznose varijabilni troškovi po jedinici proizvoda ili nivou aktivnosti. Prosečni varijabilni troškovi (PVT) se računaju kao odnos ukupnih varijabilnih troškova (UVT) i obima proizvodnje (Q) ili nivoa aktivnosti.

$$PVT = UVT / Q$$

Gde:

- PVT predstavlja prosečne varijabilne troškove.
- UVT predstavlja ukupne varijabilne troškove.
- Q predstavlja obim proizvodnje ili nivo aktivnosti.

Ukupni varijabilni troškovi (UVT) predstavljaju sve troškove koji variraju u zavisnosti od obima proizvodnje ili nivoa aktivnosti. To uključuje troškove sirovina, radne snage, energetske resursa

itd., koji direktno zavise od količine proizvedenih jedinica ili nivoa aktivnosti. Obim proizvodnje ili nivo aktivnosti (Q) predstavlja broj proizvedenih jedinica ili nivo aktivnosti koji se analizira.

Izračunavanje prosečnog iznosa varijabilnih troškova po jedinici proizvoda ili nivou aktivnosti, korisno je za menadžment u donošenju odluka, jer im omogućava da razumevanje koliko košta proizvodnja svake dodatne jedinice ili nivoa aktivnosti. Ako PVT raste, to može ukazivati na to da troškovi rastu brže od obima proizvodnje, dok opadanje PVT može ukazivati na to da su troškovi u padu u odnosu na obim proizvodnje.

5.3. Ukupni troškovi

Ukupni troškovi (UT) predstavljaju ukupan iznos troškova koje preduzeće snosi u procesu proizvodnje ili pružanja usluga. Ovi troškovi obuhvataju fiksne troškove (FT) i varijabilne troškove (VT). Zakonitosti u ponašanju fiksnih, varijabilnih i ukupnih troškova u odnosu na obim proizvodnje su sledeće:

- Ukupni troškovi se povećavaju sa povećanjem obima proizvodnje. To znači da će ukupni troškovi biti viši kada proizvodite veći broj jedinica dobara ili usluga.
- Obrnuto, ukupni troškovi će se smanjivati sa smanjenjem obima proizvodnje, što znači da će biti niži kada proizvodite manji broj jedinica dobara ili usluga.

Da bi se bolje razumelo kako se ukupni troškovi ponašaju u odnosu na obim proizvodnje, mogu se analizirati hipotetički podatci iz tabele:

Tabela 13. Troškovi i obim proizvodnje

Količina Q	Fiksni troškovi FT (u evrima)	Varijabilni troškovi VT (u evrima)	Ukupni troškovi UT (u evrima)
0	7.000	0	7.000
10	7.000	2.000	9.000
20	7.000	4.800	11.800
30	7.000	5.400	12.400
40	7.000	7.000	14.000
50	7.000	8.750	15.750

Na osnovu ovih podataka može se primetiti da ukupni troškovi rastu sa povećanjem obima proizvodnje (Q). Takođe, može se zaključiti da se ovde radi o varijabilnim troškovima (VT) koji se povećavaju sa povećanjem obima proizvodnje, dok su fiksni troškovi (FT) konstantni bez obzira na obim proizvodnje.

Sada se može preći na analizu prosečnih troškova.

Prosečni troškovi se računaju kao odnos ukupnih troškova (UT) i obima proizvodnje (Q). Ukupni prosečni troškovi (PUT) pružaju informacije o prosečnom iznosu troškova po jedinici proizvedenog dobra ili izvršene usluge. Za izračunavanje ukupnih prosečnih troškova može se koristiti sledeći obrazac:

$$PUT = UT / Q$$

Na osnovu obrasca, može se zaključiti da će se pri povećanju obima proizvodnje, ukupni prosečni troškovi po jedinici proizvoda smanjivati. To znači da će troškovi po jedinici proizvoda biti niži kada se proizvodi veći broj jedinica dobara ili usluga. Obrnuto, pri smanjenju obima proizvodnje, ukupni prosečni troškovi po jedinici proizvoda će se povećavati, što ukazuje na veće troškove po jedinici proizvoda kada proizvodite manji broj jedinica.

Tabela 14. Prosečni troškovi po jedinici proizvoda

Količina Q	Fiksni troškovi FT (u evrima)	Varijabilni troškovi VT (u evrima)	Ukupni troškovi UT (u evrima)	Prosečni troškovi PUT (u evrima)
0	7.000	0	7.000	–
10	7.000	2.000	9.000	900
20	7.000	4.800	11.800	590
30	7.000	5.400	12.400	413.33
40	7.000	7.000	14.000	350
50	7.000	8.750	15.750	315

Tabela prikazuje kako se prosečni troškovi (PUT) menjaju u zavisnosti od obima proizvodnje. Možemo primetiti da, u skladu sa ranijim objašnjenjem, ukupni prosečni troškovi po jedinici proizvoda opadaju sa povećanjem obima proizvodnje i rastu pri smanjenju obima proizvodnje.

5.4. Marginalni troškovi

Marginalni troškovi (MT) predstavljaju promenu ukupnih troškova koja proizlazi iz proizvodnje dodatne jedinice dobara ili izvršenja dodatne usluge. Drugim rečima, marginalni troškovi su troškovi koji se odnose na proizvodnju jedne dodatne jedinice proizvoda ili pružanje jedne dodatne usluge. Marginalni troškovi su ključni za donošenje kratkoročnih odluka u vezi sa proizvodnjom i nivoom aktivnosti preduzeća. U cilju boljeg razumevanja marginalnih troškova, mogu se, kao primer, koristiti informacije iz prethodnih tabela:

Tabela 15. Izračunavanje marginalnih troškova

Količina Q	Fiksni troškovi FT (u evrima)	Varijabilni troškovi VT (u evrima)	Ukupni troškovi UT (u evrima)	Marginalni troškovi MT (u evrima)
0	7.000	0	7.000	–
10	7.000	2.000	9.000	200
20	7.000	4.800	11.800	280
30	7.000	5.400	12.400	60
40	7.000	7.000	14.000	160
50	7.000	8.750	15.750	175

Marginalni trošak (MT) izračunava se kao promena ukupnih troškova (ΔUT) podeljena promenom obima proizvodnje/količine proizvoda (ΔQ):

$$MT = \Delta UT / \Delta Q$$

Na primer, za prelazak sa 10 na 20 jedinica proizvoda, promena ukupnih troškova je $11.800 - 9.000 = 2.800$ evra, dok je promena obima proizvodnje $20 - 10 = 10$ jedinica. Sada se može izračunati marginalni trošak:

$$MT = 2.800 \text{ evra} / 10 \text{ jedinica} = 280 \text{ evra po jedinici}$$

Ovo znači da je marginalni trošak proizvodnje dodatnih 10 jedinica proizvoda 280 evra po jedinici.

Kao što se može videti, MT se razlikuje za svaku promenu i pokazuje koliko će se troškova promeniti pri povećanju ili smanjenju obima proizvodnje za jedinicu.

Odluka o tome koja opcija je najoptimalnija i najpovoljnija s aspekta troškova zavisi od konkretnih ciljeva i okolnosti preduzeća. Marginalni troškovi (MT) igraju ključnu ulogu u donošenju takvih odluka, jer pokazuju koliko će se troškova promeniti pri povećanju ili smanjenju obima proizvodnje za jedinicu. Koncept MT može se koristiti za donošenje odluka kao što su:

- *Izbor nivoa proizvodnje*

Ako preduzeće želi da odabere optimalan nivo proizvodnje, treba da traži tačku gde su MT najniži. U tabeli koja je prikazana, može se videti da su MT najniži kada se prelazi sa proizvodnje 30 na 40 jedinica (160 evra po jedinici) i sa proizvodnje 40 na 50 jedinica (175 evra po jedinici). To znači da bi, iz perspektive troškova, povećanje proizvodnje sa 30 na 40 ili sa 40 na 50 jedinica bilo povoljnije od drugih promena.

- *Odgovor na promene u tražnji*

Ako se tražnja za proizvodom menja, preduzeće može koristiti MT da proceni kako će se to odraziti na troškove. Ako je MT nizak,

to znači da su dodatne jedinice proizvodnje relativno jeftine i može biti isplativo povećati proizvodnju kako biste zadovoljili veću tražnju.

- *Optimizacija resursa*

MT takođe pomaže u optimizaciji resursa. Na primer, ako su MT veoma visoki pri malim promenama u obimu proizvodnje, to može ukazivati na potrebu za boljim upravljanjem resursima ili traženjem alternativnih dobavljača kako bi se smanjili varijabilni troškovi.

Važno je napomenuti da odluke o proizvodnji i nivou aktivnosti nisu bazirane isključivo na MT. Takođe treba razmotriti faktore kao što su tržište, konkurencija, cena proizvoda, kvalitet, zahtevi potrošača i druge relevantne okolnosti. MT je koristan alat za analizu troškova, ali treba ga kombinovati sa sveobuhvatnom analizom kako bi se doneli informisani poslovni odluke.

6. OSNOVNI CILJEVI PREDUZEĆA

Najvažniji ciljevi svakog preduzeća često se postavljaju kroz dve ključne metode: optimizaciju troškova proizvodnje i maksimizaciju profita. Ove metode često idu ruku pod ruku jer smanjenje troškova može pomoći u povećanju profita, a takođe pomaže i u postizanju održivog i konkurentnog poslovnog modela. Međutim, važno je naglasiti da cilj nije samo minimizacija troškova, već i održavanje visokog nivoa kvaliteta proizvoda ili usluga, kao i zadovoljstvo kupaca. Balansiranje između ovih ciljeva ključno je za dugoročni uspeh preduzeća.

6.1. Optimizacija troškova proizvodnje

Kroz praktičan primer prikazan u tabeli, objedinjuju se svi aspekti obračuna troškova proizvodnje, uključujući marginalne, prosečne ukupne, prosečne varijabilne, i prosečne fiksne troškove. Ovakva analiza pomaže u dubljem razumevanju kako se troškovi razvijaju sa promenom obima proizvodnje. Istovremeno omogućava

sagledavanje efikasnosti u proizvodnji i mogućnost ostvarivanja jednog od dva osnovna cilja preduzeća – optimizacije troškova proizvodnje.

Optimizacija troškova proizvodnje predstavlja proces pronalaženja najefikasnijeg načina za proizvodnju određene količine proizvoda ili usluga uz minimalne troškove. Cilj je postići ravnotežu između fiksnih i varijabilnih troškova kako bi se postigla maksimalna dobit ili efikasnost.

Tabela 16. Klasifikacija troškova proizvodnje

Proizvedene jedinice Q	Ukupni fiksni troškovi UFT	Ukupni varijabilni troškovi UVT	Ukupni troškovi UT	Marginalni troškovi MT	Prosečni varijabilni troškovi PVT	Prosečni fiksni troškovi PFT	Prosečni ukupni troškovi PUT
1	2	3	4	5	6	7	8
0	4.000	0	4.000				
100	4.000	3.000	7.000	30	30	40	70
200	4.000	5.000	9.000	20	25	20	45
300	4.000	6.000	10.000	10	20	13,34	33,34
400	4.000	9.000	13.000	30	22,50	10	32,50
500	4.000	12.000	16.000	30	24	8	32
600	4.000	16.000	20.000	40	26,67	6,67	33,34
700	4.000	21.000	25.000	50	30	5,72	35,72
800	4.000	26.000	30.000	50	32,50	5	37,50
900	4.000	33.000	37.000	70	36,67	4,45	41,12

U tabeli su prikazani troškovi proizvodnje za različite nivoe obima proizvodnje. Ova analiza odnosi se na period od jedne nedelje, pri čemu svaku nedelju karakterišu novi obim proizvodnje i odgovarajući troškovi.

U prvoj koloni prikazan je obim proizvodnje (proizvedene jedinice -Q), Obim proizvodnje počinje od 0 i raste za 100 jedinica svake nedelje.

Druga kolona prikazuje ukupne fiksne troškove (UFT) koji su konstantni i iznose 4.000 novčanih jedinica za svaku nedelju, čak i kada je obim proizvodnje nula.

U trećoj koloni nalaze se ukupni varijabilni troškovi (UVT) koji rastu sa povećanjem obima proizvodnje.

Četvrta kolona pokazuje ukupne troškove proizvodnje (UT), koji su zbir ukupnih fiksnih i ukupnih varijabilnih troškova za svaki nivo obima proizvodnje.

Peta kolona pokazuje marginalne troškove (MT) koji predstavljaju dodatne troškove po jedinici proizvoda (to su samo varijabilni troškovi, jer fiksni ostaju isti) koji nastaju svakim povećanjem obima proizvodnje, odnosno sa svakom dodatnom jedinicom proizvoda. Izračunavaju se kao promena ukupnih troškova (ΔUT) podeljena promenom obima proizvodnje (ΔQ), odnosno $MT = \Delta UT / \Delta Q$

Šesta kolona predstavlja prosečne varijabilne troškove (PVT) po jedinici proizvoda. Oni se izračunavaju tako što se ukupni varijabilni troškovi podele sa obimom proizvodnje (Q).

Sedma kolona prikazuje prosečne fiksne troškove (PFT) po jedinici proizvoda. Izračunavaju se deljenjem ukupnih fiksnih troškova (UFT) sa obimom proizvodnje (Q).

Osmu kolonu čine prosečni ukupni troškovi (PUT) po jedinici proizvoda. Oni predstavljaju zbir prosečnih varijabilnih i prosečnih fiksnih troškova i izračunavaju se kao ukupni troškovi (UT) podeljeni obimom proizvodnje (Q).

Primer 1.

Koliki je marginalni trošak kada se obim proizvodnje (Q) promeni, odnosno poveća sa 500 na 600 jedinica?

Analizom se može zaključiti da svaki put kada se obim proizvodnje poveća za 100 proizvodnih jedinica (ΔQ) (sa 500 na 600), ukupni troškovi (ΔUT) se povećavaju za 4.000 novčanih jedinica (20.000 – 16.000). Ovaj porast ukupnih troškova proističe isključivo iz povećanja ukupnih varijabilnih troškova (ΔUVT) za 4.000 novčanih jedinica (16.000 – 12.000), dok ukupni fiksni troškovi

ostaju nepromenjeni na 4.000 novčanih jedinica. To znači da svaka dodatna jedinica proizvoda koja pripada ovom povećanom obimu proizvodnje od 100 proizvodnih jedinica donosi sa sobom dodatne (marginalne) troškove (MT) po jedinici proizvoda u iznosu od 40 novčanih jedinica ($4.000 : 100$).

Da bi se proizvelo tih dodatnih 100 proizvodnih jedinica, potrebno je uložiti 4.000 novčanih jedinica kako bi se pokrili novi varijabilni troškovi (radna snaga, sirovine). To znači da svaka dodatna jedinica proizvoda, koja pripada povećanom obimu proizvodnje od 100 proizvodnih jedinica, nosi sa sobom dodatne (marginalne) troškove po jedinici proizvoda u iznosu od 40 novčanih jedinica.

Marginalni troškovi (MC) u početku opadaju, a kasnije se povećavaju jer je odnos između troškova i proizvodnje kompleksan. Dok su marginalni troškovi ispod prosečnih ukupnih troškova (PUT), PUT moraju opadati, jer povećanje obima proizvodnje smanjuje fiksne troškove po jedinici proizvoda.

Kada marginalni troškovi premaše prosečne ukupne troškove, prosečni ukupni trošak počinje rasti zbog zakona opadajućih prinosa. To znači da svaka dodatna jedinica proizvedena nakon tog trenutka ima veće marginalne troškove u odnosu na prosečne ukupne troškove zbog smanjenja doprinosa svake dodatne jedinice proizvoda.

Ovaj fenomen se može objasniti time da se u početku povećanje proizvodnje koristi za iskorištavanje ekonomije razmera, gde se fiksni troškovi ravnomerno raspoređuju na sve veći broj proizvoda, smanjujući prosečne ukupne troškove. Međutim, kako proizvodnja dalje raste, dolazi do tačke gde se njeno povećanje može suočiti sa ograničenjima kao što su kapaciteti i resursi, što dovodi do porasta marginalnih troškova i rasta prosečnih ukupnih troškova. Ovo je važan koncept za analizu troškova i donošenje odluka o optimalnom obimu proizvodnje.

Situacija je takva da kada obim proizvodnje ne prelazi 500 proizvodnih jedinica, marginalni trošak je niži od prosečnog ukupnog troška, a sve do tog nivoa obima proizvodnje, prosečni ukupni troškovi opadaju. Međutim, kada obim proizvodnje premaši 500 jedinica, marginalni trošak postaje veći od prosečnog ukupnog troška, i nakon toga i prosečni ukupni troškovi počinju rasti.

Navedene promene u ponašanju marginalnih troškova proizlaze iz pojma marginalne produktivnosti, koji se temelji na zakonu o opadajućim prinosima. Ovaj zakon se odnosi na interakciju između dodatnih varijabilnih troškova (kao što su dodatni radnici) i obima proizvodnje, uz pretpostavku konstantnih fiksnih troškova.

Kada se dodatna radna snaga upošljava u okviru postojećih fiksnih troškova, marginalna produktivnost te radne snage će obično biti visoka dok se broj novozaposlenih povećava. To će rezultirati povećanjem obima proizvodnje. Međutim, kada se broj novozaposlenih premaši određeni prag, marginalna produktivnost će se smanjiti.

Ovo smanjenje marginalne produktivnosti znači da dodatna radna snaga donosi sve manje doprinosa proizvodnji, što dovodi do opadanja prinosa. To je posledica činjenice da dodatna radna snaga radi s istim fiksnim troškovima, što uzrokuje povećanje varijabilnih troškova u odnosu na fiksne troškove pri ukupnim troškovima.

Kada proizvođači razmatraju povećanje proizvodnje, moraju uzeti u obzir minimalnu cenu po kojoj će proizvod biti konkurentan na tržištu. Da bi bili motivisani za povećanje proizvodnje, cena mora biti dovoljno visoka da pokrije dodatne troškove proizvodnje, uključujući i rastuće marginalne troškove. Marginalni troškovi će rasti čim se napuste nivoi gde prosečni troškovi opadaju, što je posledica zakona opadajućih prinosa. To znači da proizvođači mogu zahtevati više za dodatne količine proizvoda kako bi pokrili rastuće troškove proizvodnje. Dakle, povećanje proizvodnje obično ide ruku pod ruku s rastućim marginalnim troškovima i cenama koje proizvođači zahtevaju za svoje proizvode.

6.2. Maksimiziranje profita

U ovom segmentu pažnja će se posvetiti drugom od dva cilja proizvođača, a to je postizanje maksimalnog profita.

Proizvođači se suočavaju s izazovom postizanja maksimalnog profita, a to se ostvaruje tako što se ostvari najveći ukupni prihod uz minimalne ukupne rashode, uz istovremeno smanjenje troškova po jedinici proizvoda.

Prilikom analize troškova, koriste se dva ključna pristupa:

1. *Pristup promene obima proizvodnje* koji se fokusira na ponašanje troškova u odnosu na promenu obima proizvodnje. Dva osnovna tipa troškova u ovom pristupu su: varijabilni i fiksni koji su predhodno iscrpno obrađeni.
2. *Pristup merenju i iskazivanju troškova* koji se odnosi na načine merenja i prikazivanja visine troškova. Ključni koncepti u ovom pristupu su:
 - Ukupni troškovi koji predstavljaju potpun iznos troškova koji proizvođač ima na raspolaganju za svoju proizvodnju.
 - Prosečni troškovi koji predstavljaju troškove po jedinici proizvoda i izračunavaju se deljenjem ukupnih troškova sa brojem proizvedenih jedinica.

U suštini, razumevanje i analiza troškova su ključni faktori pri donošenju odluka o proizvodnji i postizanju cilja maksimizacije profita.

Primer 2.

Ukoliko se pretpostavi da restoran ima određeni broj stolova i stolica koji su uvek postavljeni, to su fiksni troškovi restorana. Bez obzira na to koliko gostiju dolazi, broj stolova i stolica ostaje nepromenjen.

Sada je potrebno zamisliti da vlasnik restorana primeti da postoji veći broj rezervacija za večeru nego obično i da se očekuje povećan broj gostiju. Da bi se pripremio za ovaj porast posete, vlasnik odlučuje da angažuje dodatno osoblje, nabavi više hrane i napitaka i da pripremi dodatne stolove u drugoj prostoriji. Ovi dodatni troškovi angažovanja osoblja i nabavke dodatnih namirnica i pića predstavljaju varijabilne troškove jer su direktno vezani za povećanje obima posla u toj konkretnoj situaciji.

Fiksni troškovi, kao što su prostor restorana i osnovna oprema, ostaju nepromenjeni bez obzira na to koliko gostiju dolazi svaki dan. Međutim, ako vlasnik restorana odluči da otvori dodatnu prostoriju za više gostiju u trajnom smislu, to bi povećalo fiksne troškove jer bi bilo potrebno ulagati u izgradnju i opremanje novog prostora.

Ovaj primer ilustruje koncept fiksnih i varijabilnih troškova u poslovanju restorana, gde fiksni troškovi ostaju nepromenjeni u kratkom roku, a varijabilni troškovi se prilagođavaju stvarnim promenama u obimu posla.

Da bi se ostvario glavni cilj svakog proizvođača, a to je maksimiziranje profita, mora se analizirati koliko proizvoda se treba prodati. To može biti prikazano jednostavnim primerom:

Pretpostavimo da kompanija X ima samo jedan proizvod i da uspeva prodati sve proizvedene jedinice po ceni od 10 novčanih jedinica. U tabeli o maksimizaciji profita, može se analizirati koliko jedinica proizvoda treba proizvesti i prodati kako bi postigli maksimalan profit. Tabela sadrži informacije o broju proizvedenih jedinica (Q), cenama (C), ukupnom prihodu (UP), ukupnim troškovima (UT), marginalnim troškovima (MT) i profitu ($UP - UT$).

Odgovor na pitanje o maksimalnom profitu možemo pronaći putem analize ove tabele.

Tabela 17. Maksimizacija profita u kompaniji X

Jedinice Q	Cene C	Ukupni prihod UP	Ukupni troškovi UT	Marginalni trošak MT	Profit UP-UT
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
0	10	0	600,00		-600,00
50	10	500	1.000	8.00	-500,00
100	10	1.000	1.250	5.00	-250,00
150	10	1.500	1.400	3.00	100,00
200	10	2.000	1.700	6.00	300,00
250	10	2.500	2.080	7.60	420,00
300	10	3.000	2.490	8.20	510,00
350	10	3.500	2.990	10.00	510,00
400	10	4.000	3.550	11.20	450,00
450	10	4.500	4.200	13.00	300,00
500	10	5.000	4.900	14.00	100,00
550	10	5.500	5.680	15.60	-180,00
600	10	6.000	6.500	16.40	-500,00

Tokom rasta proizvodnje od 50 do 350 jedinica proizvoda, može se primetiti da se profit takođe povećava. Maksimalni profit se postiže kada se proda 350 jedinica proizvoda. Dalje povećanje proizvodnje vodi ka opadanju profita. Interesantno je da za proizvodnju od 300 i 350 jedinica, profit ostaje isti. U ekonomiji se obično pretpostavlja da će kompanija, u slučaju jednakih profita pri dva različita nivoa proizvodnje, izabrati onaj viši. S obzirom na konstantnu cenu od 10 novčanih jedinica po proizvodu, svaka prodana jedinica doprinosi sa 10 novčanih jedinica ukupnom prihodu. Ova cena od 10 se tretira kao marginalni prihod (MR).

Primer poređenja marginalnih prihoda i marginalnih troškova omogućava da se proceni odnos između troškova i prihoda za svaku dodatnu proizvedenu jedinicu proizvoda. Bitno je sagledati isplativost dodatnih ulaganja radi povećanja obima proizvodnje. Drugačije rečeno poređenjem marginalnih prihoda i marginalnih troškova utvrđuje se najprofitabilniji obim proizvodnje.

U ovom slučaju, na različitim nivoima proizvodnje do 350 jedinica, marginalni prihod je veći od marginalnih troškova, i profit raste paralelno sa povećanjem obima proizvodnje, posebno nakon obima od 150 jedinica. Najveći profit postiže se na nivou proizvodnje od 350 jedinica kada su marginalni prihod i marginalni trošak (10) izjednačeni. Grafički prikazano, ovo bi odgovaralo tački gde se krive marginalnih prihoda i troškova seku. Međutim, nakon nivoa od 350 jedinica, marginalni trošak postaje veći od marginalnog prihoda, što rezultira smanjenjem profita. Odatle proizlazi pravilo da dok je marginalni prihod veći od marginalnog troška, kompanija može povećati svoj profit povećanjem obima proizvodnje.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta su troškovi, a šta utrošci?
2. Šta su troškovi, a šta rashodi?
3. Šta su troškovi predmeta rada i kako se izračunavaju?
4. Ukoliko bi u cenu koštanja ukalkulisali manje troškove predmeta rada, šta bismo time kratkoročno, a šta dugoročno postigli?
5. Navesti koji su troškovi predmeta rada u industriji džinsa?
6. Na šta se odnose troškovi sredstava za rad?
7. Šta je amortizacija i koje metode koristimo za obračun?
8. Šta je funkcionalna metoda amortizacije?
9. Šta je amortizacioni fond ?
10. Koje vrste amortizacije postoje ?
11. Šta predstavljaju troškovi rada i kako se izražavaju?
12. Koje metode za utvrđivanje nadnica radnika postoje?
13. Šta su fiksni troškovi?
14. Šta su varijabilni troškovi?
15. Objasniti ravnomerno proporcionalno kretanje troškova.
16. Objasniti progresivno kretanje troškova.

17. Objasniti degresivno kretanje troškova.
18. Šta su ukupni troškovi (UT)?
19. Šta su marginalni troškovi (MT)?
20. Šta su osnovni ciljevi preduzeća?
21. Šta je optimizacija troškova proizvodnje?
22. Šta je maksimiziranje profita?

Glava X – FORMIRANJE CENA

Savesno radite svoj posao, ne samo ono što treba da radite i ništa više, već malo više od toga, jer to malo više što podarite, to malo više što se potrudite ima veću vrednost od svega ostalog.

DIN BRIGS

1. SPECIFIČNI OBLICI CENA

Cene se u stvarnosti pojavljuju u raznovrsnim i specifičnim oblicima. Oblici cena zavise od mnogo faktora, uključujući oblik društvene organizacije rada, odnos snaga na tržištu i uloge države, uticaja egzogenih faktora na ekonomsko ponašanje preduzeća, domaćinstava i države, kao i različitih aspekata privredne i društvene scene. Na primer, u ekonomijama sa slobodnim tržištem, cene su često određene ponudom i tražnjom, dok država može regulisati cene u sektorima od strateškog značaja. Takođe, globalni faktori kao što su promene u cenama sirovina ili valutnim kursevima takođe utiču na oblikovanje cena. Cene se takođe razlikuju u različitim industrijama i sektorima, pa se mogu videti cene proizvoda, usluga, finansijskih instrumenata i mnogih drugih dobara i usluga. Ukratko, cene su kompleksna ekonomska pojava koja odražava mnoge aspekte društvene i ekonomske organizacije.

2. FORMIRANJE CENA U SLOBODNOJ KONKURENCIJI

Cene u uslovima slobodne konkurencije su one koje se formiraju isključivo na osnovu odnosa ponude i tražnje na tržištu, bez ikakvih intervencija ili regulacija makroekonomskih faktora. Ovakav model

cena je temelj tržišne ekonomije i simbol ekonomske liberalizacije i slobodne konkurencije. Da bi se postigle cene u uslovima slobodne konkurencije, pretpostavka je da postoji savršen tržišni poredak sa potpunom konkurencijom, gde postoji neograničen broj ponuđača i potrošača, svi proizvodi su homogeni, i nema prisustva monopolista.

Osim toga, ovaj model zahteva ravnotežu u strukturi privrede, gde su odnosi između osnovnih, prerađivačkih i uslužnih sektora dobro usklađeni. Takođe se pretpostavlja da su globalni i strukturni odnosi između fondova i resursa usklađeni, a inflacioni pritisci su minimalni.

Cene u uslovima slobodne konkurencije mogu se manifestovati u različitim oblicima, uključujući cene proizvoda, usluga, finansijskih instrumenata i druge forme cena, a svaka od njih odražava specifične tržišne uslove. Ovakav pristup cenama često se smatra idealom tržišne ekonomije, gde se tržište samo reguliše bez aktivne intervencije države ili drugih makroekonomskih faktora.

2.1. Cena kao rezultat ponude i tražnje na tržištu

Prodajne cene, takođe poznate kao tržišne cene, su osnovna komponenta ekonomske dinamike, koja reflektuje vitalnost tržišta u okvirima slobodne konkurencije. Prodajne cene su ono što potrošači plaćaju za proizvode ili usluge, i ono što proizvođači dobijaju kao naknadu za svoj rad i ulaganja.

Važno je napomenuti da prodajne cene često značajno variraju u odnosu na proizvodne, i to iz različitih razloga. Ovo odstupanje često proizilazi iz činjenice da tržište ne uzima u obzir individualne proizvodne troškove kao jedini faktor pri formiranju cena. Umesto toga, prodajne cene reflektuju širi kontekst tržišta, uključujući potražnju potrošača, konkurenciju, promene u ekonomskom okruženju i druge faktore.

Razlika između proizvodne i prodajne cene igra ključnu ulogu u oceni uspešnosti poslovanja za pojedinačne privredne subjekte.

Kada je prodajna cena viša od proizvodne, to ukazuje na mogućnost ostvarivanja dobiti u poslovanju, što je jasan pokazatelj uspešnosti.

Suprotno tome, niža prodajna cena od proizvodne cene može ukazivati na poslovnu neuspešnost, jer prihodi ne premašuju troškove. U suštini, prodajne cene nisu samo ekonomska promenljiva; one su ključni element tržišnog sistema, jer odražavaju kompleksan odnos između proizvođača i potrošača, oblikuju tržište i igraju centralnu ulogu u raspodeli raspoloživog dohotka na tržištu.

2.2. Cena kao rezultat ekonomske dinamike

Cena, kao ključni faktor u ekonomskom sistemu, proističe iz dinamike slobodnog tržišta. Na slobodnom tržištu, cena se formira putem složenog procesa interakcije između ponude i tražnje, uzimajući u obzir faktore kao što su potražnja potrošača i dostupna ponuda proizvoda ili usluga. Ovaj proces podložan je različitim mehanizmima formiranja cena, pri čemu su najčešći:

1. *Proizvodne cene (cena koštanja)* su vrednosni izraz individualnih troškova proizvodnje, uključujući troškove sirovina, rada, kapitala i drugih resursa. Ove cene su ključne za proizvođače jer predstavljaju osnovu za postavljanje cena proizvoda ili usluga. Cena koštanja je polazna tačka u oblikovanju cene na tržištu.
2. *Nabavna cena* predstavlja cenu po kojoj poslovni subjekti nabavljaju proizvode ili usluge od drugih proizvođača ili dobavljača. Ova cena može uključivati dodatne troškove kao što su transport, skladištenje ili carina, ako se roba uvozi. Ona je bitna za poslovne subjekte jer utiče na njihove ukupne troškove.
3. *Grosističke cene* su cene po kojima veleprodajni trgovci prodaju robu maloprodajnim prodavcima ili drugim poslovnim subjektima. su vrednosni izraz individualnih troškova proizvodnje,

uključujući troškove sirovina, rada, kapitala i drugih resursa. Ove cene su ključne za proizvođače jer predstavljaju osnovu za postavljanje cena proizvoda ili usluga. Cena koštanja je polazna tačka u oblikovanju cene na tržištu.

4. *Maloprodajna cena* je krajnja cena koju potrošači plaćaju za proizvode ili usluge. Ova cena uključuje maržu maloprodavca, koja predstavlja dodatak na nabavnu cenu kako bi se pokrili troškovi maloprodaje i ostvarila dobit. Potrošači se susreću s ovom cenom pri donošenju odluka o kupovini.

Sve ove različite cene su međusobno povezane i utiču jedna na drugu u složenoj mreži ekonomske interakcije. Promene u faktorima kao što su potražnja, ponuda, konkurencija i troškovi proizvodnje igraju ključnu ulogu u oblikovanju tih cena na tržištu. Ova dinamičnost omogućava cenama da fluktuiraju i prilagode se promenama u ekonomskom okruženju, što odražava dinamiku tržišta i interakciju između proizvođača, trgovaca i potrošača.

2.3. Uticaj marže na formiranje cena

U procesu formiranja cena proizvoda ili usluga, važno je uzeti u obzir dva značajna faktora koji mogu značajno uticati na krajnju cenu, a to su:

- marža i
- rabat.

Marža je razlika između nabavne cene proizvoda ili usluge i cene po kojoj se ona prodaje na malo ili na veleprodajno. Ova razlika predstavlja profit koji preduzeće ostvaruje od svakog prodatog proizvoda ili usluge. Marža može biti izražena kao procenat od prodajne cene ili kao apsolutan iznos. Uticaj marže na formiranje cena je ključan, jer ona omogućava preduzećima da pokriju svoje različite troškove poslovanja, uključujući nabavku, skladištenje,

transport, marketing i mnoge druge. Osim toga, marža predstavlja izvor profita za preduzeće, što je ključno za održivost poslovanja.

Važno je napomenuti da veća marža obično rezultira većom profitabilnošću, ali istovremeno može dovesti i do viših cena za potrošače. Stoga preduzeća često moraju pažljivo balansirati visinu marže kako bi postigla konkurentne cene i privukla potrošače.

U praksi, marža se izračunava kao razlika između prodajne cene proizvoda ili usluge i nabavne cene. Na primer, ako proizvod prodajemo po ceni od 100 dinara, a nabavna cena tog proizvoda je 60 dinara, marža bi iznosila 40 dinara ili 40%. Marža može varirati značajno u zavisnosti od industrije, konkurencije i poslovne strategije preduzeća.

Rabati su popusti koji se primenjuju na cene proizvoda ili usluga. Oni mogu biti fiksni iznosi ili procenti koji se oduzimaju od prodajne cene. Rabati se često koriste kao marketinški alat kako bi se privukli kupci, povećala prodaja ili se postigla lojalnost kupaca. Postoji nekoliko različitih vrsta rabata:

1. Rabati za količinu se primenjuju kada se kupuju veće količine proizvoda ili usluga. Na primer, kupovinom veće količine proizvoda, kupac može ostvariti veći procenat popusta.
2. Sezonski rabati ili sezonski popusti su privremeni i obično se primenjuju tokom određenih perioda, kao što su praznične sezone ili sezonske rasprodaje.
3. Rabati za vernost se dodeljuju redovnim kupcima kao nagrada za njihovu vernost. Kupci koji redovno kupuju određeni brend ili trgovinu mogu ostvariti dodatne pogodnosti ili popuste.

Rabati utiču na dinamiku cena na tržištu, jer mogu značajno sniziti krajnju cenu proizvoda ili usluge za potrošače. Osim toga, rabati se često koriste kao sredstvo za privlačenje kupaca i povećanje konkurentske prednosti.

Može se zaključiti da su, marže i rabati vitalni faktori u oblikovanju cena proizvoda ili usluga. Marže omogućavaju preduzećima da ostvare profit, dok rabati mogu privući kupce i povećati prodaju. Razumevanje ovih faktora i poznavanje načina kako ih koristiti u marketingu i prodaji može biti od suštinskog značaja za preduzeća koja žele da uspešno upravljaju cenama, ostvare profitabilnost i konkurentsku prednost na tržištu.

2.3.1. Dugoročno najniža cena

U procesu formiranja politike cena na osnovu troškova, ključno je imati dobro razvijeno računovodstvo troškova koje pruža sve relevantne informacije za ovu svrhu. Obezbeđivanje informacija za formiranje cena pojedinačnih proizvoda i strategije cena predstavlja jedan od najvažnijih ciljeva računovodstva troškova.

Formiranje prodajnih cena ima presudan uticaj na prihode, troškove i rezultate preduzeća. Cena je komponenta koja direktno utiče na prihode, a time i na rezultat. Iako preduzeće može imati izuzetno niske troškove, netačno odmerene cene mogu izazvati poslovanje s gubitkom. S druge strane, visoki troškovi ne moraju nužno značiti poslovanje s gubitkom, ako su cene mudro postavljene.

Često se od prodavaca može čuti fraza: „Ne isplati se prodavati po ovoj ceni.“ Na pitanje da li se isplati nuditi proizvod po trenutnoj tržišnoj ceni, odgovor je pozitivan, pod uslovom da ta cena pokriva kako troškove prodatih proizvoda, tako i željenu maržu.

Ova cena se naziva dugoročno najnižom cenom i predstavlja nivo cene proizvoda ili usluge koji omogućava preduzeću da na duži rok pokrije sve svoje troškove, kako varijabilne, tako i fiksne, uz ostvarivanje željene marže. Formuliše se kao zbir troškova prodatih proizvoda, uz dodatak željene marže, kako bi se postigla održiva i profitabilna cena. Iznos marže zavisi od očekivanja preduzetnika, što matematički može biti izraženo kao:

Dugoročno najniža cena = troškovi prodatih proizvoda + željena marža

Ova cena se postavlja na nivou koji omogućava preduzeću da ne samo pokrije sve tekuće i buduće troškove proizvodnje i poslovanja, već i da ostvari dovoljan profit za održavanje i razvoj poslovanja.

Predhodno rečeno može se na primeru proizvodnje električnih bicikala prikazati:

Ukoliko se pretpostavi da troškovi proizvodnje 50 bicikala iznose:

- Varijabilni troškovi po biciklu: 150 evra
- Fiksni troškovi ukupno: 3.000 evra

Ukupni troškovi proizvodnje biće: $7.500 + 3.000 = 10.500$ evra

Ukoliko preduzetnik, očekuje maržu od 25%, u tom slučaju se dugoročno najniža cena računa na sledeći način:

Željena marža: $10.500 \text{ evra} \times 0.25 = 2.625 \text{ evra}$

Dugoročno najniža cena: $10.500 \text{ evra} + 2.625 \text{ evra} = 13.125 \text{ evra}$

Dakle, dugoročno najniža cena po biciklu iznosi: $13.125 \text{ evra} / 50 \text{ bicikala} = 262.50 \text{ evra}$

Ako tržišna cena dugoročno bude ispod izračunate od 262.50 evra, i bude na primer 190 evra, preduzeću su na raspolaganju tri opcije:

1. Smanjenje troškova proizvodnje: Pregled varijabilnih i fiksnih troškova da bi se videlo gde može doći do smanjenja.
2. Smanjenje marže: Razmatranje da li je moguće smanjiti maržu kako bi se održala konkurencija na tržištu.
3. Povlačenje sa tržišta: Ukoliko opcije 1 i 2 nisu održive, razmotriti povlačenje sa tržišta za ovaj proizvod.

Ova marža, predstavlja kontribucionu maržu koja omogućava nastavak proizvodnje i poslovanja. Kontribucionu maržu je razlika između ukupnih prihoda od prodaje i varijabilnih troškova proizvodnje. Ova marža pokazuje koliko prihoda ostaje nakon što se

pokriju svi varijabilni troškovi i može se koristiti za pokrivanje fiksnih troškova i ostvarivanje profita.

2.3.2. *Kratkoročno najniža cena*

Pored postavljanja dugoročno najniže cene, postoje situacije u kojima ima smisla uzeti u obzir kratkoročno najnižu cenu. Ova strategija uključuje razmatranje samo varijabilnih troškova prilikom formiranja cene proizvoda ili usluga u određenom vremenskom periodu. Drugim rečima:

$$\text{Kratkoročno najniža cena} = \text{Varijabilni troškovi}$$

Ova cena predstavlja minimalni nivo po kojem preduzeće može prodavati proizvode ili usluge i pokriti samo promenljive troškove, dok fiksni troškovi ostaju nepokriveni. Postavlja se pitanje: zašto bi preduzeće primenilo strategiju gde ne pokriva sve troškove u kratkoročnom periodu, pri čemu može generisati i gubitak?

Razlog leži u cenovnoj politici preduzeća, gde se kratkoročni gubitak od prodaje po minimalnoj ceni, koji pokriva samo varijabilne troškove, koristi kao ulaganje u izlazak na tržište. Ovakav pristup omogućava preduzeću da stvori prepoznatljivost na tržištu, privuče kupce i osvoji deo tržišnog udela. Kasnije, kada stekne određenu prepoznatljivost, preduzeće može postepeno povećavati cene kako bi pokrilo i fiksne troškove, nadoknadilo gubitke i ostvarilo profit.

Na primer, u preduzeću koje proizvodi bicikle, troškovi proizvodnje 50 bicikala uključuju varijabilne troškove po biciklu (materijali, radna snaga) i fiksne troškove (npr. zakup prostora). U situaciji kratkoročne najniže cene, uzimaju se u obzir samo varijabilni troškovi, što može rezultirati nižom cenom po biciklu. Ova cena može biti privremena i koristi se kao strategija za osvajanje tržišta u početnoj fazi, sa namerom da se postepeno povećava kako preduzeće stiče prepoznatljivost i povećava vrednost svoje marke.

Cenovna politika, obuhvatajući odluke o postavljanju cena, predstavlja ključno strateško pitanje za preduzeće. Često se formira

već pri osnivanju, a prilagođava se kako preduzeće raste i razvija se na tržištu. Važno je napomenuti da će krajnje tržište doneti odluku o prihvatljivosti cene, a ne samo preduzeće. Kupce najčešće ne zanima koliki su troškovi preduzeća, umesto toga, oni će preferirati pristupačnije proizvode. Ipak, kupci su spremni da prihvate višu cenu kada:

- postoji veća potražnja za proizvodom,
- kvalitet i usluga su bolji.
- proizvod nudi originalnost i ekskluzivnost.

S obzirom na teškoće u predviđanju reakcija kupaca, pronalaženje optimalne cene usmerene na ostvarivanje profita predstavlja jedan od najvažnijih, ali i najizazovnijih zadataka s kojima se preduzeće suočava. U tu svrhu, istraživački instituti mogu pružiti značajnu podršku analizom tržišta, pomažući u donošenju odluka na osnovu dobre informisanosti o određivanju cena.

2.4. Porezni aspekti cena

Porezni aspekti cena u slobodnoj konkurenciji imaju neizostavnu ulogu u ekonomskom sistemu svake zemlje. Porezi su obavezni finansijski doprinosi koje preduzeća i pojedinci plaćaju državi, a koji se često odražavaju na cene proizvoda ili usluga.

Porezni aspekti cena utiču na formiranje cena proizvoda ili usluga i utiču na ekonomske odluke preduzeća i potrošača. Razumevanje poreza omogućava bolje planiranje finansija i poslovnih strategija, zbog čega se u nastavku teksta obrađuju ključni poreski aspekti cena u slobodnoj konkurenciji.

2.4.1. Porez na dodatu vrednost (PDV)

Porez na dodatu vrednost, poznat i kao PDV, predstavlja suštinski porezni mehanizam u globalnom prometu dobara i usluga, koji je nastao kao rezultat potrebe za efikasnijem oporezivanjem

prometa dobara i usluga. Da bi se bolje razumelo poreklo i razvoj PDV-a potrebno je osvrnuti se na njegovu istorijsku genezu, posebno u kontekstu izazova sa kojima su se ekonomije suočavale tokom Prvog svetskog rata.

Tokom Prvog svetskog rata, Nemačka se suočavala s ogromnim finansijskim izazovima, posebno onima vezanim za finansiranje vojnog napora. Kako bi prikupila više sredstava, Nemačka je uvela vanredni porez na promet, nazvan kumulativni svefazni porez na promet. Ideja je bila jednostavna: svaka faza prometa, od proizvodnje do finalne prodaje, bila bi oporezovana, i svaki put kada bi proizvod ili usluga prešli u sledeću fazu, porez bi se dodavao. Međutim, brzo se pokazalo da ovaj sistem ima ozbiljnu manu. Što je neko dobro prolazilo kroz više faza prometa, to je ukupan poreski teret postajao veći. Zašto? Svaki put kada je snabdevač prenosio proizvod ili uslugu na sledeću fazu, on bi povećao cenu kako bi kompenzovao porez koji je morao platiti. Kupac u narednoj fazi bi takođe plaćao porez na tu veću cenu, stvarajući kumulativni efekat. Ovaj sistem povećavao je konačnu cenu proizvoda ili usluge i činio ih manje konkurentnim na tržištu.

Kako bi izbegle ovakav kumulativni efekat i smanjile poresko opterećenje, firme su počele da razmišljaju o vertikalnoj integraciji. Vertikalna integracija podrazumeva spajanje različitih faza proizvodnje i prodaje pod jednim krovom. Na taj način, firme bi mogle da obavljaju sve te aktivnosti unutar svoje strukture, bez međusobnog fakturisanja i obračunavanja poreza na isporuke koje prethode finalnoj prodaji. Važno je napomenuti da ovakva integracija nije imala ekonomsko ili komercijalno opravdanje. Umesto toga, firme su se spajale isključivo iz poreskih razloga, jer upravo spajanjem svih faza proizvodnje i prodaje, mogle su izbeći višestruko oporezivanje i smanjiti poreski teret.

Porez na dodatu vrednost (PDV) je nastao kao odgovor na ovu poreznu problematiku. Kumulativni svefazni porez na promet zamenjen je nekumulativnim svefaznim porezom, pri čemu je ovaj novi pristup, nazvan „porez na dodatu vrednost“. PDV se temelji

na ideji oporezivanja samo dodate vrednosti koja se stvara u svakoj fazi lanca snabdevanja. Drugim rečima, PDV cilja na vrednost koju poreski obveznik (kao što su proizvođači, pružaoci usluga ili trgovci) dodaju proizvodima ili uslugama pre nego što ih prodaju ili plasiraju na tržište. Drugačije bi se moglo reći da je ključna razlika između ova dva sistema transparentnost i mogućnost povrata PDV-a, što pomaže u smanjenju akumulacije poreza i omogućava učesnicima u lancu snabdevanja da se delimično nadoknade za poreze koje su platili u prethodnim fazama. Ovaj model PDV-a omogućava eliminaciju potrebe za vertikalnom integracijom iz poreskih razloga, jer se više ne zahteva da jedna organizacija preuzima sve faze proizvodnje i distribucije kako bi izbegla kumulativni porez. Umesto toga, svaki učesnik u lancu snabdevanja plaća PDV samo na dodatnu vrednost koju je unapredio u svojoj fazi poslovanja. Ovo čini PDV efikasnim mehanizmom za prikupljanje poreza i omogućava bolju kontrolu i transparentnost u poreskom sistemu. Danas je ovaj poreski oblik široko primenjen širom sveta i igra ključnu ulogu u poreskim sistemima, omogućavajući pravednije i efikasnije oporezivanje.

Porez na dodatnu vrednost (PDV) koji prvi put je uveden u Nemačkoj kao sredstvo za prikupljanje dodatnih prihoda za državu, brzo se proširio širom Evrope. Evropska Unija (EU), je imala ključnu ulogu u promovisanju PDV-a usklađujući ovaj porez među svojim članicama kako bi postigla veću koherentnost u poreskim sistemima. Danas, PDV se primenjuje u svih 27 država članica EU, kao i u mnogim drugim evropskim državama i u oko 115 zemalja van Evrope. Globalna primena PDV-a pokazuje njegovu efikasnost i jednostavnost kao razlog za njegovo širenje. Sjedinjene Američke Države (SAD) su izuzetak, jer nisu usvojile PDV i koriste druge oblike poreza na promet.¹⁵⁰

U Srbiji, PDV je uveden 1. januara 2005. godine, zamenjujući dotadašnji porez na promet i postajući ključni izvor javnih prihoda. PDV je formalno uveden kao opšti porez na potrošnju u zemlji

¹⁵⁰ Popović, D. (2022). *Poresko pravo*. Beograd: Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet, str. 507.

Zakonom o porezu na dodatu vrednost. Prema ovom zakonu, PDV se obračunava i plaća na isporuku dobara i pružanje usluga, u svim fazama proizvodnje i prometa dobara i usluga, kao i na uvoz dobara, osim ako ovim zakonom nije drukčije propisano. Prihodi od PDV-a pripadaju budžetu Republike Srbije.¹⁵¹

Prema Zakonu o porezu na dodatu vrednost postoje dve stope PDV-a¹⁵². To su:

- Opšta stopa PDV-a od 20%,
- Posebna stopa PDV-a od 10%

Opšta stopa PDV-a od 20% plaća se za oporezivi promet dobara, promet usluga ili uvoz dobara. Sve ostalo, čiji promet nije oslobođen od plaćanja PDV poreza oporezuje se po posebnoj stopi od 10%.

Ova promena u poreskom sistemu Srbije bila je usklađena sa globalnim trendovima u oporezivanju potrošnje i doprinela modernizaciji poreskog sistema zemlje, što je bilo od suštinskog značaja za stabilno prikupljanje prihoda iz poreza na potrošnju.

2.4.2. *Primena i obračun PDV*

Porez na dodatu vrednost se primenjuje svaki put kada potrošač kupi nešto, pri čemu plaća određeni procenat PDV-a koji se dodaje na cenu proizvoda ili usluge. Zbog ovakvog načina obračunavanja, PDV spada u grupu indirektnih poreza, što znači da ga plaćaju potrošači, ali ga prikupljaju i uplaćuju preduzeća državi. U smislu poreznih aspekata cena u slobodnoj konkurenciji, PDV igra važnu ulogu i utiče na različite učesnike u ekonomiji, uključujući proizvođače, trgovce i potrošače. PDV u smislu cena u slobodnoj konkurenciji funkcioniše na sledeći način:

1. Proizvođači su obavezni da plate PDV na sirovine, resurse i usluge koje nabavljaju za proizvodnju svojih dobara ili

¹⁵¹ Zakon o porezu na dodatu vrednost, član 1., član 2.

¹⁵² Ibid, član 23.

pružanje usluga. Ovaj porez na dodatu vrednost plaća se na troškove inputa i naziva se ulazni PDV. Tokom različitih faza proizvodnje ili obrade, proizvođači dodaju vrednost svojim proizvodima ili uslugama. Ako su registrovani za PDV, prikupljaju PDV od svojih kupaca kada prodaju svoje proizvode ili usluge, a ovaj iznos PDV-a koji se prikuplja od kupaca naziva se izlazni PDV.

Da bi bolje razumeli kako PDV funkcioniše, možemo razmotriti primer proizvodnje pametnog telefona. Ukoliko se pretpostavi da proizvođač proizvodi pametni telefon, koji zatim prodaje trgovcu, a trgovac ga na kraju prodaje krajnjem potrošaču. Za ilustraciju ovog primera koristićemo stopu PDV-a od 20%.

- Proizvođač kupuje sirovine i komponente za proizvodnju pametnog telefona, na koje plaća PDV. Na primer, sirovine koštaju 60 evra, a PDV po stopi od 20% iznosi 12 evra.
 - Ukupni trošak za proizvođača je 60 evra (sirovine) + 12 evra (ulazni PDV) = 72 evra.
 - Proizvođač želi ostvariti profit i dodatnu vrednost, pa dodaje maržu od 20 evra. Ukupan trošak za proizvođača sada iznosi 92 evra.
2. Trgovci u lancu snabdevanja takođe plaćaju PDV na proizvode koje kupuju od proizvođača ili drugih trgovaca. Ovaj iznos PDV-a koji dodaju na cenu proizvoda prilikom nabavke predstavlja ulazni PDV. Kada kasnije prodaju te proizvode krajnjim potrošačima i dodaju svoju maržu, obračunavaju PDV na ukupnu cenu koju naplaćuju, što predstavlja izlazni PDV. Dakle, trgovci su obavezni da plaćaju ulazni PDV prilikom nabavke proizvoda i da prikupljaju izlazni PDV od svojih kupaca prilikom prodaje tih proizvoda. Razlika između ulaznog i izlaznog PDV-a igra ključnu ulogu u njihovoj poreskoj obavezi i računovodstvu, a sve to doprinosi kompleksnosti sistema PDV-a.

Uloga trgovaca u prikazanom primeru se ogleda u tome što oni kupuju proizvode od proizvođača i prodaju ih krajnjim potrošačima. Kada trgovci prodaju proizvode, dodaju vrednost tako što obezbeđuju uslugu distribucije i pristup tržištu.

- Trgovac kupuje pametne telefone od proizvođača za 92 evra (što uključuje PDV koji je proizvođač platio).
- Sada trgovac želi da obezbedi svoju maržu i dodatnu vrednost, pa dodaje 30 evra na cenu.
- Ukupna cena za trgovca sa maržom iznosi 122 evra.

3. Krajnji potrošači su oni koji plaćaju PDV.

Kada kupuju proizvode ili usluge, PDV se obračunava i dodaje na cenu. Oni ne prikupljaju PDV niti ga odbijaju, već ga jednostavno plaćaju kao deo ukupne cene proizvoda ili usluge koji kupuju.

- Krajnji potrošač kupuje pametni telefon po ceni od 122 evra od trgovca.
- Na ovu cenu se dodaje PDV po stopi od 20%, što iznosi dodatnih 24,40 evra.
- Ukupna cena koju potrošač plaća je 146,40 evra.

Ovaj primer ilustruje kako PDV funkcioniše u lancu snabdevanja, pri čemu se jasno može zaključiti da se PDV plaća u svakoj fazi lanca snabdevanja, ali se svaki put obračunava samo na dodatnu vrednost u toj fazi. U svakoj fazi, PDV plaća subjekt koji nije krajnji potrošač, a potrošač plaća PDV samo na krajnjem proizvodu ili usluzi koji kupuje. Cene se povećavaju kako se proizvod ili usluga kreću kroz lanac snabdevanja, ali svaka faza plaća PDV samo na svoj doprinos dodatoj vrednosti, a ne na celokupnu vrednost proizvoda ili usluge.

Visina PDV-a može značajno uticati na cene proizvoda i usluga na tržištu. Visoka stopa PDV-a može povećati ukupnu cenu proizvoda ili usluge, što može smanjiti tražnju za tim proizvodima ili uslugama. Ovo može uticati na konkurenciju među proizvođačima

i trgovcima. Osim toga, PDV igra važnu ulogu u prihodima države i finansiranju javnih usluga i programa, što može uticati na ekonomske uslove u zemlji.

U suštini, PDV je složen porezni sistem koji može imati značajan uticaj na cene i konkurenciju na tržištu. Proizvođači, trgovci i potrošači svi su deo ovog sistema i utiču na njegovo funkcionisanje kroz svoje interakcije na tržištu.

2.4.3. Uticaj različitih poreza na cene proizvoda i usluga

Porezi igraju značajnu ulogu u formiranju cena proizvoda i usluga, što direktno utiče na ekonomske odluke preduzeća i potrošača. Pored dobro poznatog poreza na dodatu vrednost (PDV) koji je već analiziran, postoje i drugi porezi koji imaju znatan uticaj na cene na tržištu. U ovom kontekstu, treba istaći ulogu akciza i carina, kao i nekoliko drugih relevantnih poreznih oblika.

Akcize predstavljaju poseban porez koji se naplaćuje na određene proizvode, najčešće onih visokog rizika po zdravlje ili okolinu. Primer ovih proizvoda uključuje alkoholna pića, cigarete, gorivo i slično. Osnovicu za obračun akcize čine jedinice mere¹⁵³ – litar, mililitar, komad, odnosno paklica od 20 komada cigareta. Akcize direktno utiču na cenu tih proizvoda. Na primer, visoka akciza na cigarete može značajno podići njihovu cenu, što može uticati na potražnju i potrošnju tih proizvoda. S druge strane, niže akcize na proizvode poput goriva mogu doprineti njihovoj nižoj ceni i podstaći potrošnju. Dakle, akcize ne samo da utiču na cenu, već i na obrazac potrošnje i ekonomske odluke potrošača.

Carine, s druge strane, su porez na uvoz ili izvoz robe između zemalja. Roba koja se uvozi u carinsko područje Srbije podleže plaćanju carine po stopama određenim Carinskom tarifom.¹⁵⁴ One

¹⁵³ *Zakon o akcizama*, Član 8.

¹⁵⁴ *Zakon o carinskoj tarifi*. Službeni glasnik RS, br. 62/2005, 61/2007, 5/2009, 95/2018 – dr. zakon i 91/2019.

takođe mogu značajno uticati na cene proizvoda. Na primer, visoke carine na uvoz određenih proizvoda mogu povećati njihovu cenu na domaćem tržištu, čineći ih manje konkurentnim u odnosu na domaće proizvode. Ovo može zaštititi domaću industriju, ali istovremeno može ograničiti izbor i povećati cene za potrošače. Carine mogu biti instrument za regulisanje spoljnotrgovinskih odnosa i zaštite domaće privrede, ali mogu i stvarati trgovinske barijere i povećavati cene za potrošače.

Osim akciza i carina, postoje i drugi porezni oblici koji utiču na cene proizvoda i usluga. Njihova primena i nivo oporezivanja često se koriste kao instrumenti poreske politike za postizanje različitih ekonomskih ciljeva, uključujući regulaciju potrošnje, zaštitu domaće industrije i zaštitu životne sredine. Kroz pravilno razumevanje ovih poreza, preduzeća i potrošači mogu donositi informisane ekonomske odluke i prilagoditi se promenama na tržištu.

3. CENE U USLOVIMA OGRANIČENE KONKURENCIJE

Cene u okvirima ograničene konkurencije su cene koje se formiraju u situacijama gde postoji nekoliko firmi na tržištu koje proizvode slične ili zamenske proizvode, ali istovremeno postoje prepreke ili ograničenja koja otežavaju ulazak novih konkurenata na to tržište. U ovakvim uslovima, cena proizvoda se oblikuje kombinacijom osnovnih principa ponude i tražnje, snage konkurencije među postojećim firmama i često varira u skladu sa specifičnim tržišnim uslovima i promenama.

Kada se razmatraju cene u uslovima ograničene konkurencije, posebno je važno obratiti pažnju na:

1. *Oligopolske cene* koje su karakteristične za tržišta na kojima postoji mali broj dominantnih firmi koje zajedno kontrolišu veći deo tržišta. Ove firme su često međusobno zavisne i prate ponašanje konkurencije. Oligopolističke cene se često

formiraju putem međusobne konkurencije po ceni, kvantitetu i marketinškim strategijama. Promene cena od strane jedne firme mogu brzo uticati na ponašanje ostalih firmi na tržištu. Konkurencija po ceni i kvantitetu se često uočava kod ovakvih firmi što može dovesti do promena cena i kvantiteta na tržištu. Oligopoli postavljaju visoke prepreke za ulazak novih konkurenata na tržište, što održava stabilnost strukture tržišta i često omogućava firmama da postavljaju više cene.

2. *Monopolske cene* se javljaju kada postoji samo jedna firma koja dominira tržištem za određeni proizvod ili uslugu. U takvim slučajevima, ta firma ima potpunu kontrolu nad cenama i kvantitetima, a cene su često postavljene iznad nivoa koji bi bio prisutan u situaciji savršene konkurencije. Monopolske cene omogućavaju toj firmi da kontroliše cene i količinu proizvoda ili usluga, a samim tim i da ostvari ekonomske dobiti. Monopoli često podležu državnoj regulaciji kako bi se sprečila zloupotreba njihove moći na tržištu i obezbedila zaštita interesa potrošača.

Pored oligopolskih i monopolskih cena postoje i drugi oblici odstupanja od idealnog liberalnog modela formiranja cena. Ova odstupanja mogu biti toliko značajna da zahtevaju intervenciju makroekonomskih faktora kako bi se očuvala stabilnost i konkurencija na tržištu.

4. CENE U USLOVIMA DRŽAVNOG INTERVENCIONIZMA

Cene u uslovima državnog intervencionizma igraju veoma važnu ulogu u regulisanju ekonomije. Većina savremenih država poseduje napredno zakonodavstvo koje omogućava direktnu i indirektnu kontrolu nad formiranjem cena proizvoda i usluga, što rezultira regulacijom tržišta i cena, oblikujući njihovu dinamiku i apsolutni nivo. Pravni okvir država često uključuje zakone o kontroli cena, nadzoru monopola i regulaciji ekonomskih odnosa sa inostranstvom.

Jedan od najčešćih metoda državnog intervencionizma je *administrativno postavljanje cena*, gde država određuje cene za različite proizvode i usluge.

Glavni cilj državne intervencije u oblasti tržišta i cena je očuvanje ravnoteže između ponude i tražnje, osiguranje pune zaposlenosti i sprečavanje neumerenog rasta cena. Takođe, država koristi svoju regulativnu moć kako bi zaštitila javni interes, posebno u sektorima koji su od suštinskog značaja za društvo, kao i kako bi izrazila posebnu brigu prema najranjivijim slojevima društva, uključujući najsiromašnije građane.

Državni intervencionizam u vezi s cenama predstavlja složen i dinamičan aspekt ekonomske politike, gde se različiti pristupi primenjuju u zavisnosti od specifičnih potreba i ciljeva svake zemlje. U daljem izlaganju, razmatraće se konkretni primeri državnih intervencija u različitim kontekstima i analizirati njihove implikacije na ekonomiju i društvo.

4.1. Direktni uticaj na cene (administrativne cene)

Administrativne cene predstavljaju sredstvo kojim država direktno utiče na ekonomsku dinamiku putem regulisanja cena različitih dobara i usluga. Postizanje ekonomske stabilnosti, zaštita potrošača i očuvanje javnog interesa su neki od glavnih ciljeva ovih cena. Česti oblici administrativnih cena su:

Propisivanje maksimalnih cena ili (kako se često nazivaju) *plafoniranih cena* odnosi se na postupak države pri postavljanju gornjih granica (plafona) za cene određenih proizvoda ili usluga, čime se prodavcima ograničava iznos naplate. Drugačije rečeno, plafonirane cene su, u suštini, najviše dozvoljene cene koje proizvodi ili usluge mogu da dostignu, a da ne pređu ovu unapred određenu granicu. Ovo se često primenjuje na cene osnovnih životnih namirnica (hleb, mleko, šećer, brašno i osnovne potrepštine), gorivo, javni prevoz, električnu energiju, gas i drugo, u cilju sprečavanja prekomernog rasta

cena, zaštite potrošača od visokih troškova i očuvanja ekonomske stabilnosti. Vrsta proizvoda ili usluga podložnih administrativnim cenama može se razlikovati od zemlje do zemlje, u zavisnosti od specifičnih ekonomskih i socijalnih prioriteta.

„Zamrznute“ cene ili fiksne cene su jedan od najrigidnijih oblika administrativno određenih cena. Ove cene se često primenjuju za bazične reprodukcione sirovine i najvažniju robu široke potrošnje. Glavni cilj „zamrznutih“ cena je sprečavanje većih privrednih poremećaja, kontrola troškova reprodukcije i zaštita životnog standarda građana, posebno kako bi se suzbila inflacija. Ova vrsta cena isključuje mogućnost slobodnog formiranja cena, ne samo iznad nego i ispod propisanog nivoa. To znači da se „zamrznutim“ cenama ne dozvoljava promena cena ni na višu, ni na nižu stranu bez prethodne saglasnosti nadležnog državnog organa. „Zamrznute“ cene se najčešće primenjuju kada je potrebno zaustaviti brz rast cena, često u situacijama galopirajuće inflacije. Ovo „zamrzavanje“ cena može biti privremeno i obično se koristi kako bi se unapred sprečilo dalje produblјivanje razlika u cenama i privrednih disproporcija. Osim što se primenjuje kao mera za kontrolu inflacije, „zamrznute“ cene često se koriste kao deo šire reforme cena kako bi se postigla ekonomska stabilnost i izbegli nagli skokovi cena. U nekim slučajevima može biti uvedena i zabrana povećanja cena bez prethodne saglasnosti nadležnih državnih organa kako bi se očuvala stabilnost cena i zaštitili interesi potrošača.

Minimalne cene se primenjuju u poljoprivredi i podrazumevaju administrativno propisivanje minimalnih otkupnih cena za poljoprivredne proizvode. Minimalne cene predstavljaju zaštitni nivo ispod koga cena određenog poljoprivrednog proizvoda ne sme pasti, bez obzira na tržišnu situaciju. Iznad tog minimalnog nivoa, cena se formira slobodno na tržištu. Cilj ovakvog pristupa leži u načinu zaštite interesa poljoprivrednih proizvođača, postavljajući donju granicu ispod koje cena ne može pasti, ali omogućavaju proizvođačima da ostvaruju cene iznad tog minimuma ukoliko tržište to dopušta.

Propisivanje trgovinskih marži je mera koja se primenjuje kako bi se ograničila marža koju trgovci mogu ostvariti prilikom kupovine i prodaje proizvoda. Trgovinske marže predstavljaju razliku između cena po kojima trgovci kupuju proizvode od proizvođača ili veleprodavaca i cena po kojima ih prodaju potrošačima. Ova mera se često koristi kako bi se zaštitili interesi potrošača i sprečile nepoštene prakse na tržištu. Propisivanje trgovinskih marži može biti posebno korisno u situacijama kada postoji nedostatak konkurencije među trgovcima ili kada određeni proizvodi imaju visoku tražnju, što bi inače moglo dovesti do zloupotrebe moći na tržištu i previsokih cena za potrošače. Ova mera omogućava državi da interveniše kako bi zaštitila interese potrošača i očuvala tržišnu ravnotežu.

Važno je napomenuti da su administrativne cene obično privremenog karaktera i koriste se kao privremeno rešenje dok se pripremaju odgovarajuće mere za slobodnije tržište. Međutim, ovakav način regulacije cena može imati svoje posledice, uključujući nestašicu pojedinih dobara i tržišne nepravilnosti.

4.2. Indirektni uticaj na cene

Indirektni uticaj na cene predstavlja kompleksan set mera koje država primenjuje kako bi regulisala ekonomiju i postigla određene ekonomske i socijalne ciljeve. Ova vrsta uticaja ne postavlja direktno cene proizvoda i usluga, već deluje na faktore ponude i tražnje, utičući posredno na dinamiku i apsolutni nivo cena. Najznačajniji mehanizmi indirektnog uticaja ogledaju se u:

Regulaciji carinskih stopa, što predstavlja postupak prilagođavanja tarifnih stopa koje se primenjuju na uvoz i izvoz određene robe. Ovaj mehanizam ima ključan uticaj na dinamiku domaće i uvozne ponude, što dalje određuje konkurenciju i cene robe na domaćem tržištu. Kada država menja carinske stope, to može uticati na troškove uvoza i izvoza, što ima direktni uticaj na cene proizvoda. Povećanje carinskih stopa na uvoz može rezultirati skupljim uvoznim

proizvodima, čime se podstiče potražnja za domaćim alternativama. S druge strane, smanjenje carinskih stopa može povećati konkurenciju na domaćem tržištu, dovodeći do nižih cena za potrošače.

Direktno premiranje izvoza, uključujući subvencije, predstavlja praksu koja podrazumeva stimulisanje izvoza putem finansijskih podsticaja za izvozne delatnosti. Kroz ove mere, država podstiče kompanije da izvoze svoje proizvode, čime se smanjuje dostupnost tih proizvoda na domaćem tržištu. Ovo može ograničiti ponudu određene robe na domaćem tržištu, utičući na njihove cene. Takođe, podsticanje izvoza može dovesti do povećane tražnje za domaćim proizvodima, što može dalje uticati na dinamiku cena.

Politika robnih rezervi odnosi se na upravljanje zalihama određene robe koje se čuvaju u državnom vlasništvu. Menjanjem obima i strukture ovih rezervi, država može prilagoditi ponudu određene robe na tržištu. Na primer, povećanje obima rezervi ključne robe može delovati na stabilizaciju cena, sprečavajući naglo smanjenje ponude u slučaju nepredviđenih okolnosti poput prirodnih katastrofa ili političkih nestabilnosti. Ova politika može imati značajan uticaj na dinamiku cena, održavajući stabilnost na tržištu.

Selektivno kreditiranje podrazumeva usmeravanje kredita ka određenim sektorima ekonomije. Kroz ovu praksu, država može uticati na aktivnosti određenih industrija, što ima direktni efekat na ponudu i tražnju određene robe. Na primer, ukoliko se krediti usmere ka sektoru proizvodnje određenih dobara, to može povećati proizvodnju i uticati na snižavanje cena te robe na tržištu. Obrnuto, ograničavanje kreditiranja određenih sektora može smanjiti njihovu aktivnost i uticati na dinamiku cena u tom sektoru.

Ovi mehanizmi zajedno čine složen set instrumenata koji se koriste za postizanje određenih ciljeva u ekonomiji, a njihov uticaj na cene robe direktno proizilazi iz promena koje indukuju u faktorima ponude i tražnje.

5. UTICAJ TEHNOLOŠKIH INOVACIJA NA FORMIRANJE CENA

Tehnološke inovacije predstavljaju važan faktor u formiranju cena na savremenim tržištima, oblikujući način na koji kompanije posluju, proizvode i pristupaju svojim kupcima. Ovaj uticaj može se analizirati iz različitih perspektiva.

Jedan od ključnih elemenata je smanjenje troškova proizvodnje. Uvođenjem efikasnijih tehnologija, kompanije mogu optimizovati procese, smanjiti potrebu za radnom snagom i efikasnije koristiti sirovine. Automatizacija proizvodnje, na primer, često vodi ka nižim ukupnim troškovima, što može direktno uticati na postavljanje konkurentske cene proizvoda ili usluge.

Kao rezultat tehnološke inovacije javlja se i povećanje produktivnosti, omogućavajući ubrzanje proizvodnje ili pružanja usluga, čime se povećava ukupni obim poslovanja bez značajnog povećanja resursa. Ovaj faktor često utiče na dinamiku tržišta i može omogućiti kompanijama da postignu konkurentske prednosti kroz efikasniji rad.

U kontekstu prilagođavanja tržištu, tehnološke inovacije omogućavaju kompanijama da brže reaguju na promene u potražnji i trendovima potrošača. Ovo prilagođavanje može se odraziti u odnosu cena prema vrednosti koju proizvod ili usluga pružaju kupcima. Na primer, tehnološki napredni proizvodi često mogu opravdati više cene zbog dodatnih funkcija ili kvaliteta.

Digitalna tržišta igraju ključnu ulogu u savremenom poslovanju. Na ovim tržištima, tehnologija omogućava dinamičko prilagođavanje cena u stvarnom vremenu. Promene u potražnji, ponudi ili drugim faktorima mogu odmah uticati na cene proizvoda ili usluga, pružajući agilnost koja je ključna za konkurenciju.

Nadalje, personalizacija proizvoda, podržana tehnološkim inovacijama, otvara vrata za diferencijaciju i postavljanje premija na proizvode ili usluge prilagođene individualnim potrebama kupaca. Ova personalizacija može direktno uticati na formiranje cena, jer

potrošači mogu biti spremni da plate više za proizvod ili uslugu prilagođenu njihovim specifičnim zahtevima.

Konkurencija i inovacije idu ruku pod ruku. Kompanije koje brže usvajaju nove tehnologije i inovativne prakse često postavljaju standarde u industriji, a to može direktno uticati na formiranje cena. Konkurencija, koja se neretko osavremenjuje tehnološkim napretkom, može dovesti do prilagođavanja cena u nastojanju da se zadrži tržišni deo.

Digitalne valute i alternativni načini plaćanja takođe menjaju pejzaž cena. Brze, sigurne i efikasne transakcije putem digitalnih valuta mogu uticati na troškove i dinamiku finansijskih transakcija, što može odjekivati kroz celokupan model cena.

Napredna analitika podataka omogućava dublje razumevanje potrošača, pomaže u praćenju tržišnih trendova i omogućava kompanijama da donose odluke zasnovane na dobroj informisanosti o cenama. Ovaj nivo analize omogućava precizno podešavanje cena u skladu sa promenama u potrošačkom ponašanju i tržišnom dinamikom.

Može se zaključiti da tehnološke inovacije imaju dubok i kompleksan uticaj na formiranje cena, od smanjenja troškova proizvodnje do dinamičkog prilagođavanja tržištu i konkurenciji. Kompanije koje uspevaju efikasno integrirati ove inovacije u svoje poslovanje često imaju priliku ostvariti konkurentske prednosti i ostvariti pozitivan uticaj na tržište cena.

6. KALKULACIJA CENE

Kalkulacija cene predstavlja proces računanja i analiziranja svih troškova koji su povezani s proizvodnjom određenog proizvoda ili pružanjem usluge. Ova praksa omogućava preduzeću da precizno utvrdi koliko košta proizvodnja ili pružanje usluge, uključujući:

- direktne troškove, a to su oni troškovi koji se direktno odnose na proizvodnju, kao što su sirovine, radna snaga i troškovi proizvodnih procesa, tako i

- indirektne troškove koji nisu direktno povezani s pojedinačnim proizvodom, ali se raspoređuju na proizvode na osnovu određenih ključeva, poput troškova za održavanje opreme, administraciju ili troškova energije i
- maržu profita koja predstavlja dodatni iznos na ukupne troškove kako bi se postigao željeni profit.

Osnovni cilj kalkulacije cene je određivanje optimalne cene koja ne samo da pokriva troškove proizvodnje već i obezbeđuje određenu maržu profita. Kroz ovaj proces, preduzeće stiče bolje razumevanje strukture svojih troškova, analizira sve komponente troškova, identifikujući potencijalne oblasti za optimizaciju i smanjenje troškova. Kalkulacija precizno definiše šta sve treba biti obuhvaćeno cenom proizvoda ili usluge, pružajući jasnu sliku o minimalnoj ceni potrebnoj za pokriće svih obaveza. U suštini, kalkulacija cene nije samo alat za postavljanje cena već i ključan instrument za upravljanje i donošenje odluka u poslovanju. Praćenjem kalkulacija tokom vremena, preduzeće može ocenjivati efikasnost svojih poslovnih procesa, ocenjivati uspešnost poslovanja i pravovremeno reagovati na potencijalne probleme.

Prilikom kalkulacije cene koštanja moraju se poštovati određeni principi, pri čemu kalkulacija mora biti:

- Tačna i prilagođena, pri čemu se podrazumeva da se kalkulacijom tačno odražavaju svi relevantni troškovi i da je prilagođena se specifičnostima poslovanja preduzeća.
- Informacije u kalkulaciji moraju biti jasno dokumentovane u knjigovodstvenim evidencijama preduzeća.
- Princip kalkulacije treba biti jednoobrazan za sve proizvode ili usluge, omogućavajući poređenje troškova.
- Kalkulacija cene koštanja treba biti koncipirana za uporedivost s drugim sličnim kalkulacijama u industriji.
- Proces kalkulacije treba biti blagovremen, pregledan i ekonomičan, olakšavajući analizu i interpretaciju informacija.

6.1. Oblikovanje cena u poslovnom kontekstu

Opšti model kalkulacije cena nije univerzalno primenjiv za sve industrije, ali pruža okvir koji može biti prilagođen specifičnostima svakog poslovnog konteksta. Važno je kontinuirano pratiti promene u okruženju kako bi se prilagodile strategije cena i održala konkurentska pozicija. Strateško oblikovanje cena zahteva duboko razumevanje različitih faktora, kombinujući unutrašnje i spoljašnje elemente kako bi se postigao optimalan model. Imajući u vidu da prilagođavanje strategija dinamičnim tržištima zahteva visok stepen fleksibilnosti, u nastavku teksta se daje prikaz koraka koje kompanije preduzimaju kako bi postigle ili zadržale svoje konkurentske prednosti.

Prvi korak u procesu kalkulacije cena nužno uključuje temeljnu identifikaciju svih troškova povezanih s proizvodnjom ili pružanjem usluge. Ovaj ključni aspekt obuhvata kako direktne, tako i indirektno troškove, pružajući čvrst temelj za inicijalno postavljanje cene. Važno je naglasiti da su *identifikacija troškova* i *postavljanje profitne marže* već detaljno objašnjeni, te se na ovom mestu ponovo ističe značaj pažljivog balansiranja između postizanja željenog profita i održavanja konkurentske cene kako bi se privukli potrošači.

Ispitivanje tržišta predstavlja drugi ključni korak u procesu kalkulacije cena. Kompanije su obavezne sprovesti analizu tržišta koja podrazumeva temeljno proučavanje potražnje, konkurencije i trenutnih cena na tržištu. Razumevanje ponašanja potrošača i dinamike konkurencije postaje ključno za pravilno pozicioniranje cena proizvoda ili usluga na tržištu. Nakon analize tržišta, sledeći korak je *segmentacija tržišta*. Kompanije koje posluju na različitim tržištima primenjuju segmentaciju kako bi prilagodile svoje cene prema specifičnostima svakog segmenta. Ova prilagodljivost omogućava ciljanje na različite potrebe kupaca, čime se postiže veća efikasnost u zadovoljenju njihovih zahteva.

Treći ključni aspekt odnosi se na podešavanje cena prema vrednosti. Postizanje ravnoteže između cene i vrednosti koju proizvod ili usluga pružaju ključno je za postizanje konkurentske prednosti. Kompanije koje dodaju vrednost svojim proizvodima neretko imaju

prostora za postavljanje viših cena, uz opravdanje koje pruža dodata vrednost.

Dinamička poslovna okruženja gde se tržišni uslovi brzo menjaju uslovljavaju brzu reakciju, čime se inicira sledeći važan korak koji se ogleda u *dinamičkom postavljanju cena*. Praćenje promena u potražnji, sezonskih faktora i konkurencije omogućava kompanijama da se prilagode u realnom vremenu, čime se održava konkurentna pozicija.

Promocije i popusti predstavljaju peti važan aspekt u procesu kalkulacije cena. Uključivanje promotivnih aktivnosti, popusta ili specijalnih ponuda ima značajan uticaj na percepciju vrednosti proizvoda. Ovi elementi se uglavnom koriste kao strategije za privlačenje novih kupaca ili povećanje potražnje u određenim periodima.

Poslednji, ali ništa manje bitan, jeste šesti korak: *prilagođavanje cenovne politike*. Cenovna politika obuhvata različite strategije postavljanja cena, uključujući stalne cene, diskontiranje, pakete i druge inovativne pristupe. Kompanije moraju pažljivo razmotriti dugoročne strategije kako bi izgradile brend, održale profitabilnost i zadovoljile potrebe svojih kupaca.

Ovakav analitički pristup omogućava kompanijama izbegavanje potencijalno negativnih posledica koje mogu prosteći iz opšteg pristupa kalkulaciji cena, istovremeno pružajući dublji uvid u dinamiku prilagođavanja strategija u promenljivom poslovnom okruženju.

7. PARITETNE CENE

Kada se vrši upoređivanje životnog standarda, bilo tokom vremena ili između različitih zemalja, važno je uzeti u obzir sistematsku razliku u cenama dobara i usluga između tih zemalja. Ovo omogućava analitički značajnija poređenja.¹⁵⁵

¹⁵⁵ Blanchard, O. (2007). *Makroekonomija* (3. izd.). Zagreb: Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Mate, str. 205.

Princip ovog procesa je jednostavan: podaci o bruto domaćem proizvodu (BDP-u) se prikupljaju korišćenjem zajedničkih skupova cena za sve zemlje. Kako bi se izbegle nesavršenosti uzrokovane razlikama u cenama, koriste se prilagođene veličine BDP-a koje se nazivaju brojevi pariteta kupovne moći (PPP). Ovi brojevi omogućavaju da se BDP-i zemalja porede kao da koriste iste cene za istu korpu dobara i usluga.

Drugim rečima, PPP omogućava stvaranje realnijih slika o stvarnoj kupovnoj moći stanovništva tokom vremena ili između različitih zemalja, čime se omogućava preciznije upoređivanje životnog standarda. Dakle, u situacijama kada se vrši poređenje životnog standarda između zemalja, koriste se brojevi PPP.

Paritetne cene predstavljaju međusobne odnose cena proizvoda i usluga, što su esencijalni pokazatelji ekonomske stabilnosti i pozicije privrednih subjekata na tržištu. Postoje različite vrste pariteta, među kojima su:

Paritet cena dobara odnosi se na međusobne odnose cena različitih dobara ili proizvoda na tržištu. Fokusira se na konkurenciju među proizvodima slične vrste i na način na koji se cene međusobno odnose. Kada se kaže da postoji paritet cena između dva proizvoda, to znači da se cene tih proizvoda međusobno odnose na određeni način. Održavanje pariteta cena može značiti da promene u ceni jednog proizvoda prate slične promene u ceni drugog proizvoda.

Na primer, ako se razmatraju automobili A i B, i ako je cena automobila A u odnosu na cenu automobila B relativno konstantna, to ukazuje na održavanje pariteta cena u tom sektoru. Ako cena jednog automobila raste, ali cena drugog automobila ne prati tu promenu, to može ukazivati na pojavu dispariteta.

U suštini, održavanje pariteta cena znači da postoji neka vrsta ravnoteže ili proporcionalnosti između cena različitih proizvoda. Kada se taj odnos poremeti i cene počnu značajno odstupati jedna od druge, govorimo o disparitetu u cenama. To može biti rezultat

različitih faktora uključujući konkurenciju, troškove proizvodnje, potražnju, i druge ekonomske faktore.

Paritet kamatnih stopa analizira odnos kamatnih stopa između dve valute, čime pomaže u utvrđivanju ravnoteže u prinosima od investicija u različite finansijske instrumente, kao što su depoziti ili obveznice, u različitim zemljama. Analiza pariteta kamatnih stopa se fokusira na odnos kamatnih stopa između dve valute. Na primer, ako je kamatna stopa na štednju u zemlji A veća od kamatne stope u zemlji B, to može privući investitore da preferiraju depozite u zemlji A. Ovaj odnos direktno utiče na privlačnost određenih finansijskih instrumenata u odnosu na druge, jer viša kamatna stopa može obezbediti veći prinos na investiciju.

Dodatno, paritet kamatnih stopa uzima u obzir očekivanja tržišta o budućim kamatnim stopama. Na primer, ako se očekuje da će kamatne stope u zemlji A porasti u budućnosti u odnosu na kamatne stope u zemlji B, investitori mogu reagovati na ova očekivanja, tako što mogu preusmeriti svoje kapitale u tu zemlju kako bi iskoristili potencijalno veće prinose na depozite ili obveznice. U suštini, paritet kamatnih stopa je važan faktor za investitore prilikom donošenja odluka o alokaciji kapitala između različitih zemalja. Ovaj koncept pomaže u proceni rizika i prinosu od investicija u uslovima varijabilnih kamatnih stopa.

Paritet deviznih kurseva analizira odnos između vrednosti valuta različitih zemalja. Ovaj koncept igra ključnu ulogu u međunarodnom poslovanju, trgovini i investicijama, pružajući osnovu za ocenu ekonomske konkurentnosti zemalja. Praćenje promena u deviznim kursovima je suštinski deo ovog pariteta. Devizni kurs predstavlja vrednost jedne valute izraženu u odnosu na drugu valutu. Ove promene se događaju usled različitih faktora, uključujući ekonomske indikatore, političke događaje i globalne tržišne uslove.

Na primer, kada dođe do jačanja valute A, što se u ekonomiji naziva apresijacija valute, u odnosu na valutu B, proizvodi te zemlje postaju skuplji za strane kupce. Ovo može otežati izvoz, jer strani potrošači, suočeni s višim cenama, obično smanjuju kupovinu

proizvoda iz te zemlje. Kao rezultat, izvoz te zemlje često opada na međunarodnom tržištu. S druge strane, jača valuta može olakšati uvoz robe i usluga, što može biti povoljno za domaće potrošače. Ova situacija omogućava domaćim potrošačima pristup raznim proizvodima na međunarodnom tržištu po povoljnijim cenama, ali istovremeno može postaviti izazove za domaću privredu, posebno za sektor izvoza, koji se suočava sa smanjenom konkurencijom na stranim tržištima.

Suprotno tome, kada dođe do slabljenja valute A, što se u ekonomiji naziva depresijacija valute, u odnosu na valutu B, proizvodi te zemlje postaju povoljniji za strane kupce. Ovo poboljšava izvoznu konkurentnost, jer strani potrošači sada mogu kupiti više proizvoda za istu količinu svoje valute. Ova situacija često dovodi do povećanja izvoza te zemlje na međunarodnom tržištu. Sa druge strane, depresijacija valute može otežati uvoz robe i usluga, jer će cena tih proizvoda u domaćoj valuti biti viša. Ipak, ovaj scenario omogućava domaćim potrošačima pristup domaćim proizvodima po konkurentnijim cenama, što može biti povoljno za potrošače na domaćem tržištu.

Kada postoji disbalans u cenama izazvan promenom deviznog kursa, odnosno kada valuta jedne zemlje ojača ili oslabi u odnosu na drugu, pored objašnjenih efekata na izvoz i uvoz mogu se produkovati i drugi uticaji na ekonomske tokove između zemalja kao što su:

- Uticaj na inflaciju i cene dobara, pri čemu jača valuta obično ima tendenciju smanjenja inflacije, dok slabljenje valute može izazvati inflaciju.
- Uticaj na zapošljavanje i ekonomska aktivnost takođe može izazvati disbalans u deviznim kursevima. Na primer, deficit u trgovinskom bilansu (više uvoza nego izvoza) može rezultirati smanjenjem domaće proizvodnje i zapošljavanja, dok suficit može podsticati rast i zaposlenost.

Praćenje pariteta deviznih kurseva pomaže donosiocima odluka da bolje razumeju ove promene i njihov uticaj na ekonomske tokove između zemalja, što im omogućava pravilno usmeravanje ekonomske

politike (intervencijama na deviznom tržištu, monetarnom politikom, fiskalnom politikom) kako bi se održala stabilnost i ravnoteža u međunarodnim odnosima.

Paritet kupovne moći odnosi se na sposobnost jedinice valute da kupi istu količinu dobara u svim zemljama. Drugačije rečeno, paritet kupovne moći fokusira se na realnu vrednost novca i njegovu kupovnu moć u različitim delovima sveta. Na primer, ukoliko se pretpostavi da je cena korpe osnovnih dobara (kao što su hrana, stanovanje, transport itd.) u Sjedinjenim Američkim Državama 100 dolara, dok je cena iste korpe u Evropskoj uniji 80 evra. Prema paritetu kupovne moći, to znači da je vrednost tih valuta u ravnoteži jer bi se tada isti skup dobara mogao kupiti za 100 dolara ili 80 evra u ove dve regije, što je ekvivalentno jedno drugom. U okviru pariteta kupovne moći, kada se kaže da su dve valute ekvivalentne, to znači da je vrednost svake valute prilagođena na način da isti set dobara košta istu vrednost u obe valute, uzimajući u obzir kurs razmene. Drugim rečima, ako osoba poseduje 100 dolara u SAD i 80 evra u Evropskoj uniji, može kupiti istu količinu dobara iz odabrane korpe u obe regije uzimajući u obzir razlike u vrednosti i kursu razmene između dolara i evra. Ovaj pristup ima za cilj eliminisanje razlika u kupovnoj moći između različitih zemalja.

Međutim, ako dođe do smanjenja realne vrednosti dolara u odnosu na evro, a cena korpe osnovnih dobara u SAD ostane nepromenjena, postoji mogućnost da će se za tih 100 dolara moći kupiti manje dobara u SAD-u u poređenju sa situacijom u Evropskoj uniji. Ovo bi ukazivalo na smanjenje kupovne moći dolara u odnosu na evro. Ukratko, paritet kupovne moći (PKM) omogućava procenu promena u kupovnoj moći valuta i njihov odnos na globalnom tržištu.

Sve ove vrste paritetnih cena doprinose razumevanju međunarodnih ekonomskih odnosa i oblikuju perspektivu u donošenju odluka o investicijama i trgovini, utičući tako na globalnu ekonomsku dinamiku.

Koncept pariteta, posebno pariteta kupovne moći, ima značajan uticaj i na pojedince. Ako valuta u zemlji ima visoku kupovnu moć,

to znači da stanovnici te zemlje mogu kupiti više dobara i usluga za isti iznos novca. To direktno utiče na njihovu životnu situaciju, standard života, plate i ukupnu ekonomsku dobrobit pojedinca.

Primer: Cena koštanja proizvoda

Kada govorimo o ceni proizvoda, veoma je važno u prodaji biti svestan takozvane „cene koštanja“ proizvoda. Cena koštanja proizvoda nije cena koju kupac plaća, već njegov dobitak u kasnijoj eksploataciji proizvoda.

O tome najbolje svedoči priča čuvenog „Zig Ziglara“ o događaju iz njegovog detinjstva. Kad je bio mali njegov roditelji nisu imali mnogo para, pa su mu kupili najjeftiniji bicikl u radnji od 40 dolara. Posle godinu dana taj se bicikl raspao. Onda su mu kupili još jedan, pa posle godinu dana još jedan. Tako je njegove roditelje za te tri godine bicikl koštao ukupno 120 dolara. A kad su mu konačno kupili bolji kvalitetniji bicikl od 100 dolara onda je on potrajao 5 godina. Zaključak je da bicikl od 100 dolara ima bolju cenu koštanja jer pruža veću vrednost za uloženi novac. Danas ovo nazivamo povratkom investicije. To znači da je od cene proizvoda za kupca mnogo važnije koliko on realno dobija u odnosu na investiciju (šta mu se vraća). Kupcu se ovo mora jasno predstaviti kako bi cena postala sporedni faktor u njegovom odlučivanju. Što god prodavali, Rols-Rojs ili dnevne novine, cena ne bi trebalo da bude odlučujući faktor, važno je da kupac veruje da mu proizvod donosi više nego što za njega plaća.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta su cene u uslovima slobodne konkurencije?
2. Šta je proizvođačka cena (cena koštanja)?
3. Šta je nabavna cena?
4. Šta su grosističke cene?
5. Šta je maloprodajna cena?
6. Šta je marža?
7. Šta je rabat?
8. Šta je porez na dodatu vrednost?
9. Šta je akciza i kako ona utiče na krajnju cenu proizvoda?
10. Šta su oligopolske cene ?
11. Šta su monopolske cene?
12. Šta su cene u uslovima državnog intervencionizma?
13. Šta su administrativne cene?
14. Šta su maksimalne cene?
15. Šta su „zamrznute“ cene ili fiksne cene?
16. Šta su minimalne cene?
17. Kakav je uticaj tehnoloških inovacija na formiranje cena?
18. Iz kojih stavki se sastoji kalkulacija cene koštanja?
19. Šta su paritetne cene?

Glava XI – EKONOMSKI AGREGATI

*Činjenice su najvažnija stvar u biznisu.
Moraš da ih sakupljaš i proučavaš, ali i
da uradiš više nego što se od tebe očekuje.*

FREDERIK EKER

1. ANALIZA EKONOMSKIH AGREGATA

Ekonomski agregati su instrumenti koji omogućavaju dublje razumevanje ekonomske dinamike na nivou celokupne ekonomije. Oni se koriste u okviru makroekonomske analize, fokusirane na širi kontekst ekonomske aktivnosti. Razmatranje ovih agregata pomaže u donošenju odluka u vezi sa ekonomskim politikama, kako od strane vlade tako i od strane privatnog sektora. Ekonomski agregati obuhvataju mikroekonomske i makroekonomske aspekte ekonomske analize.

Mikroekonomske agregati fokusiraju se na pojedinačne jedinice u ekonomiji. To uključuje analizu ponašanja potrošača, firmi, tržišta, određenih dobara ili usluga, kao i pojedinačne cene. Na primer, mikroekonomske agregati obuhvataju istraživanje kako se cena određenog proizvoda formira, kako potrošači reaguju na promene cena, ili kako se određena firma prilagođava tržišnim uslovima.

Makroekonomske agregati, sa druge strane analiziraju širi spektar ekonomske aktivnosti na nivou celokupne ekonomije. Ovi agregati obuhvataju globalne pokazatelje kao što su bruto domaći proizvod (BDP), stopa nezaposlenosti, inflacija, spoljnotrgovinski bilans, kamatne stope i fiskalni deficit. Makroekonomska analiza ima za cilj razumevanje opšte ekonomske situacije, traženje uzoraka u ponašanju celokupnog sistema i planiranje politika koje podržavaju ekonomsku stabilnost i rast.

Dakle, mikroekonomska analiza fokusira se na pojedinačne delove ekonomske slagalice, dok makroekonomska analiza pruža širu sliku i sagledava celokupni ekonomski kontekst. Prikazivanje ovih agregata pomaže ekonomistima, analitičarima i donosiocima politika da razumeju opštu ekonomsku sliku, identifikuju trendove, i razvijaju strategije za podršku ekonomskom rastu i stabilnosti. Svaki od ovih agregata igra ključnu ulogu u širem kontekstu ekonomske analize i planiranja.

2. MIKROEKONOMSKI AGREGATI

Mikroekonomski agregati predstavljaju ključne komponente ekonomske analize usmerene na pojedinačne subjekte ekonomske aktivnosti, kao što su firme ili pojedinci. Ova analiza omogućava dublje razumevanje ekonomske dinamike na mikro nivou, pružajući temelj za bolje donošenje odluka kako bi se ostvarila ekonomska efikasnost. U nastavku, daje se prikaz najvažnijih mikroekonomskih agregata, od ukupnog prihoda do poslovnih rezultata i ukazuje na njihov značaj i ulogu u oblikovanju ekonomske stvarnosti pojedinaca i firmi.

2.1. Ukupan prihod

Ukupan prihod preduzeća predstavlja finansijska sredstva ostvarena prodajom proizvedenih dobara i pruženih usluga, kako na domaćem tako i na globalnom tržištu, u određenom periodu, obično tokom jedne poslovne ili budžetske godine.¹⁵⁶

Ukupan prihod se obračunava množenjem fizičke količine proizvedenih dobara i pruženih usluga (Q) sa njihovom prodajnom cenom (Tc) ostvarenom na tržištu. Algebarski izraz za ukupan prihod je:

$$Up = Q \times Tc.$$

Drugim rečima, ukupan prihod proizilazi iz kombinacije količine proizvoda i njihove prodajne cene.

¹⁵⁶ Dervišević, F. (2008). *Mikroekonomija*. Ekonomski fakultet, str. 47, 48, 49.

U vezi sa predhodnim obrascem, zaključuje se da će ukupan prihod preduzeća rasti:

- kada se poveća količina realizovane robe pri nepromenjenim tržišnim cenama,
- kada se povećaju tržišne cene pri nepromenjenoj količini realizovane robe i
- kada se istovremeno povećaju i količina realizovane robe i ostvarene tržišne cene.

Dok sa druge strane, ukupan prihod preduzeća će opadati:

- kada se smanji količina realizovane robe pri nepromenjenim tržišnim cenama,
- kada se smanje tržišne cene pri nepromenjenoj količini realizovane robe i
- kada se istovremeno smanje i količina realizovane robe i ostvarene tržišne cene.

Navedeni prikaz ukazuje na osnovne faktore koji utiču na ukupan prihod preduzeća, međutim, važno je napomenuti da postoje i drugi faktori koji mogu uticati na ukupan prihod, a koji nisu obuhvaćeni navedenim tačkama. Na primer, marketinške strategije, sezonske promene, promene u potražnji potrošača, konkurencija na tržištu i druge ekonomske promene takođe mogu imati značajan uticaj na ukupan prihod preduzeća. Važno je razumeti i da trenutak realizacije robe ne mora nužno odgovarati trenutku naplate. Postoji vremenski razmak između ova dva trenutka, u skladu s uslovima prodaje. Rokovi za naplatu, često su od 30 do 90 dana, ali ni to nije fiksno definisano, već mogu varirati u savremenom poslovanju. Obračun ukupnog prihoda može se vršiti prema principima naplaćene ili fakturisane realizacije.

Princip naplaćene realizacije prepoznaje prihod tek kada su novčana sredstva od prodaje proizvoda i usluga stvarno primljena, odnosno kada su novčana sredstva od prodatih proizvoda i izvršenih

usluga uplaćena na račun preduzeća. Ovaj princip odražava tržišni način poslovanja i vrednovanja proizvodnih rezultata.

S druge strane, *princip fakturisane realizacije* uzima u obzir fakture koje su izdate za prodatu robu i pružene usluge. Ova praksa se zasniva na verovanju da faktura predstavlja obavezu za plaćanje od strane kupca, čime se garantuje tržišno priznanje prodaje. Vremenski razmak između izdavanja fakture i naplate može se pokriti putem kratkoročnih bankarskih kredita ili drugih dostupnih sredstava finansiranja. Ovaj pristup omogućava preduzećima da unapred evidentiraju prihode na osnovu izdatih faktura, čak i pre nego što dobiju novčana sredstva od kupaca. Važno je napomenuti da je praktična primena ovog principa varijabilna i zavisi od industrije, tržišta i specifičnosti poslovanja svakog preduzeća.

Ekonomska struktura ukupnog prihoda preduzeća sastoji se od troškova poslovanja preduzeća (T_p) i ostvarenog poslovnog rezultata (Pr). Matematički izraz koji odražava ovu strukturu je:

$$Up = Tp \pm Pr$$

Ovaj izraz omogućava analizu finansijskih performansi preduzeća na mikroekonomskom nivou. Troškovi poslovanja predstavljaju sve rashode i izdatke koje preduzeće ima u procesu proizvodnje i pružanja usluga. S druge strane, ostvareni poslovni rezultat odnosi se na razliku između ukupnog prihoda i troškova poslovanja.

Primenom ovog izraza, preduzeće može bolje razumeti strukturu svojih prihoda i troškova, što je od suštinskog značaja za donošenje odluka i efikasno upravljanje poslovnim rezultatima. Ova analiza omogućava preduzeću da identifikuje ključne oblasti gde može optimizovati troškove ili unaprediti strategije kako bi postiglo bolje finansijske rezultate.

2.2. Troškovi poslovanja

Troškovi poslovanja su mikroekonomska kategorija jer se odnose na pojedinačne troškove koje firme imaju pri obavljanju svojih aktivnosti. Troškovi poslovanja preduzeća (T) predstavljaju sintetički izraz svih troškova vezanih za faktore proizvodnje u procesu stvaranja novih dobara i usluga. Ovi troškovi obuhvataju troškove materijala (Mt), troškove amortizacije (Am) sredstva za rad i troškove rada (Tr) za angažovanje radne snage.

Algebarski izraz koji predstavlja troškove poslovanja je:

$$T = Mt + Am + Tr$$

Upravljanje troškovima poslovanja ima ključnu ulogu u ukupnoj ekonomiji preduzeća. Odluke koje se odnose na visinu i strukturu troškova direktno utiču na poslovni rezultat preduzeća. Efikasno upravljanje ovim troškovima je suštinsko za postizanje uspešnih poslovnih rezultata. Ekonomski neracionalne odluke u ovoj oblasti mogu imati ozbiljne posledice koje se teško mogu ispraviti, što naglašava važnost pažljivog donošenja odluka u vezi sa troškovima poslovanja.¹⁵⁷

2.3. Poslovni rezultat

Poslovni rezultat, često nazivan i operativni rezultat, predstavlja pokazatelj o finansijskom zdravlju preduzeća. Ova mera ukazuje na to koliko efikasno preduzeće upravlja svojim resursima i troškovima tokom redovnih operacija. Razlikuje se od ukupne dobiti po tome što ne uzima u obzir vanredne ili neoperativne faktore.

Formula poslovnog rezultata uzima u obzir sve prihode od prodaje (ukupni prihod) i oduzima operativne troškove, uključujući materijalne troškove, amortizaciju i troškove rada. Ova mera pruža jasnu sliku o tome koliko prihoda ostaje nakon oduzimanja svih direktnih troškova poslovanja.

¹⁵⁷ Pindyck, R.S. (2005). *Mikroekonomija* (5. izd.). Zagreb: Mate, str. 63–64.

Drugačije rečeno, poslovni rezultat (Pr) predstavlja razliku između ukupnog prihoda (Up) i troškova poslovanja (Tp), gde su troškovi poslovanja sastavljeni od materijalnih troškova (Mt), troškova amortizacije (Am) i troškova rada (Tr).

$$Pr = Up - Tp(Mt + Am + Tr)$$

Poslovni rezultat može biti:

- pozitivan (dobit),
- negativan (gubitak)

Dobit označava uspeh preduzeća u generisanju viška vrednosti iz svojih operacija. Preduzeće ostvaruje dobit (Do) kada je ostvareni ukupan prihod (Up) veći od troškova poslovanja (T).

$$Do = Up > T$$

Uobičajeni naziv za dobit je profit.

Ova dobit može imati različite forme, uključujući bruto dobit i neto dobit.

Bruto dobit predstavlja ukupnu dobit preduzeća pre nego što se oduzmu porezi i drugi troškovi. Ona se često koristi kao pokazatelj sposobnosti preduzeća da efikasno upravlja svojim operacijama i generiše prihode.

Neto dobit predstavlja dobit nakon što se oduzmu svi porezi i drugi troškovi. Ova mera pruža jasniju sliku o tome koliko je novca preduzeće stvarno zadržalo nakon svih obaveza. Nakon plaćanja poreza, ostaje čista (neto) dobit.

$$D = Do - Po$$

Čista dobit se koristi za različite namene, uključujući isplatu dividendi akcionarima, akumulaciju za nove investicije, stimulisanje zaposlenih, tehnološko unapređenje, i druge svrhe. Maksimizacija dobiti je ključni cilj poslovanja u tržišnoj ekonomiji, jer veća dobit

doprinosi razvoju preduzeća, društva i povećanju životnog standarda. U kontekstu predhodnih navoda, može se ponoviti, da visina dobiti može zavisiti od tržišne cene, obima proizvodnje i optimizacije troškova poslovanja.

U svakom progresivnom preduzeću, pravilna raspodela čiste dobiti igra važnu ulogu u podršci tehničkom i tehnološkom napretku, kao i jačanju prisustva na tržištu putem marketinških strategija. Postizanje maksimalne dobiti predstavlja suštinski cilj svakog ekonomskog subjekta, što služi kao integralni pokazatelj uspešnosti poslovanja. Osim što je osnova za materijalni razvoj i napredak samog preduzeća, maksimizacija dobiti ima šire društvene implikacije.

Povećanje profita preduzeća automatski doprinosi rastu društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka u datom društvu.¹⁵⁸ Ovaj ekonomski prosperitet stvara povoljne uslove za nove investicije, otvaranje radnih mesta i poboljšanje zarada zaposlenih. Osim toga, veća dobit pruža i veće resurse za razvoj infrastrukture, javnih dobara i usluga, što značajno doprinosi povećanju životnog standarda građana. Stoga se maksimizacija dobiti ne posmatra samo kao poslovni cilj preduzeća, već i kao pokretač ekonomske stabilnosti i prosperiteta celog društva.

Preduzeća prate svoje poslovne rezultate putem finansijskih izveštaja, gde se evidentiraju prihodi, troškovi i rezultirajući dobitak ili gubitak u određenom vremenskom periodu, omogućavajući im da utvrde da li su ostvarili dobit ili gubitak. Ako preduzeće zabeleži negativan rezultat u određenom periodu, to zapravo znači da beleži gubitak kao poslovni rezultat.

Gubitak predstavlja negativni neto rezultat u poslovanju preduzeća. Drugim rečima, preduzeće beleži gubitak (G_u) kada su troškovi poslovanja (T) veći od ukupnog prihoda (U_p). Algebarski izraz za gubitak je:

$$G_u = T > U_p.$$

¹⁵⁸ Figar, N. (2005). *Troškovi preduzeća*. Niš: Ekonomski fakultet.

Gubici se mogu pojaviti iz različitih razloga, uključujući visoke operativne troškove, smanjenje prodaje, nepredviđene troškove, loše upravljanje finansijama ili investicijama, promene u tržišnom okruženju i sl. Na nastanak gubitka u poslovanju preduzeća mogu uticati i određene mere makroekonomske prirode, kao i vanredne situacije kao što su požari, poplave, zemljotresi i slično. Gubitak može biti privremen ili dugoročan i predstavlja normalan deo poslovnog ciklusa, ali je važno da preduzeće preduzme odgovarajuće korake kako bi ih minimiziralo ili reagovalo na njih. Reagovanja preduzeća na gubitke često inicira implementaciju strategije poput smanjenja troškova, restrukturiranja, poboljšanja operativne efikasnosti ili traženja novih izvora prihoda.

Kada preduzeće nije u mogućnosti u zakonski predviđenom roku pokriti gubitak ili ne može izmirivati svoje finansijske obaveze prema poveriocima, preduzeće se, u skladu sa zakonskim normama, suočava s mogućnošću stečaja. Stečaj predstavlja pravni postupak koji se sprovodi kako bi se rešile finansijske obaveze preduzeća, a sam postupak može uključivati prodaju imovine kako bi se podmirili dugovi.

Poslovni rezultat, osim dobitka i gubitka, može biti i „*pozitivna nula*“. U slučaju kada preduzeće zabeleži ovakav rezultat u određenom periodu, to ukazuje na to da, iako nije ostvarilo dobit, uspelo je održati finansijsku ravnotežu bez neto gubitaka ili dobitaka tokom tog vremenskog razdoblja. Ova situacija odražava stabilnost i očuvanje vrednosti preduzeća.

3. MAKROEKONOMSKI AGREGATI

Makroekonomski agregati, kao što je već naglašeno, predstavljaju ključne indikatore i mere koje ekonomisti koriste kako bi analizirali i razumeli celokupno ekonomsko stanje jedne zemlje. Ovi agregati pružaju holistički pogled na ekonomiju, fokusirajući se na šire ekonomske aspekte, uključujući proizvodnju, potrošnju, investicije i prihode na nacionalnom nivou. Ovaj pristup pomaže u identifikaciji

trendova, evaluaciji ekonomskih performansi i donošenju političkih odluka usmerenih na poboljšanje ukupnog blagostanja.¹⁵⁹

3.1. Društveno bogatstvo

Društveno bogatstvo, ili nacionalno bogatstvo, obuhvata širok spektar resursa koje društvo poseduje, uključujući materijalna dobra, infrastrukturu, znanje, veštine i kulturne vrednosti. Ovo bogatstvo čini osnovu za ekonomski razvoj i utiče na životni standard zajednice.

Društveno bogatstvo, stvoreno i akumulirano ne samo u sadašnjem trenutku već i tokom svih prethodnih generacija, služi za zadovoljavanje ljudskih potreba i predstavlja osnovu za ekonomski razvoj i unapređenje životnog standarda zajednice.

Društveno bogatstvo ima tržišnu vrednost zbog svog doprinosa ekonomiji kroz različite oblike razmene, upotrebe ili indirektnog uticaja na ekonomsku aktivnost. Merenje ekonomske snage društva često se vrši vrednošću akumuliranog društvenog bogatstva i stopom po kojoj se ono povećava. Društveno bogatstvo može se podeliti na proizvodna dobra i potrošna dobra, kako bi se bolje razumela njegova struktura i uloga u ekonomiji.

Proizvodna dobra služe za posredno zadovoljenje ljudskih potreba, jer su ona uključena u proces proizvodnje drugih dobara i usluga. Na primer, instalirani proizvodni kapaciteti, infrastruktura, rudnici, poslovne zalihe i investicije u toku, deo su proizvodnih dobara. Iako se sama proizvodna dobra možda ne prodaju direktno na tržištu, ona omogućavaju stvaranje drugih dobara koja su predmet tržišne razmene. Na primer, rudnik može biti deo proizvodnih dobara, a sirovinu koju pruža može biti predmet dalje prodaje na tržištu.

Potrošna dobra predstavljaju resurse koji se direktno koriste za zadovoljenje osnovnih ljudskih potreba. U ovu kategoriju spadaju osnovni fondovi društvene potrošnje, poput stambenih zgrada,

¹⁵⁹ Babić, M. (2001). *Makroekonomija*. Zagreb: Mate, str. 41.

bolnica i škola. Ova dobra su ključna za kvalitetan život i funkcionisanje zajednice. Na primer, kada neko kupi stambenu jedinicu ili koristi zdravstvene usluge u bolnici, to su konkretni primeri tržišne razmene potrošnih dobara.

Iako neki delovi društvenog bogatstva možda ne ulaze direktno u proces tržišne razmene, oni i dalje nose ekonomsku vrednost i doprinose širem ekonomskom kontekstu. Na primer, zajednički resursi kao što su prirodne lepote ili kulturno nasleđe nemaju direktnu cenu na tržištu, ali doprinose privlačnosti određenog područja za turizam, što može značajno uticati na lokalnu ekonomiju.

Društveno bogatstvo igra ključnu ulogu u određivanju nivoa tekuće proizvodnje i potrošnje, predstavljajući materijalnu osnovu ekonomskog sistema. Održivi ekonomski napredak zahteva stalno uvećavanje društvenog bogatstva, umesto oslanjanja na „trošenje“ vrednosti akumuliranih tokom prethodnih generacija.

Društvo koje kontinuirano ne povećava svoje društveno bogatstvo suočava se sa ekonomskom stagnacijom. Život na račun akumuliranog nacionalnog bogatstva, bez njegovog reprodukovanja i uvećavanja, označava ekonomsko nazadovanje društva. Održivo upravljanje i unapređivanje društvenog bogatstva su ključni elementi za postizanje dugoročnog ekonomskog prosperiteta.

3.2. Prirodno bogatstvo

Prirodno bogatstvo predstavlja dragocen skup resursa koje pruža sama priroda, čineći temelj za ekonomsku aktivnost i ljudski opstanak. Ova kategorija resursa obuhvata širok spektar elemenata kao što su obradivo zemljište, šumska bogatstva, energetske izvoru poput uglja, hidroenergetski potencijal, nafta, prirodni gas, mineralna ležišta metala i nemetala i drugih, pri čemu svaki od ovih resursa ima svoju jedinstvenu ulogu u podržavanju različitih aspekata ljudskog života i ekonomske delatnosti.

Ovi prirodni resursi manifestuju se u dva osnovna oblika:

Obnovljivi prirodni resursi su oni koji imaju sposobnost prirodnog obnavljanja. Na primer, sunčeva energija se može koristiti putem solarnih panela za proizvodnju električne energije, reke se mogu koristiti za proizvodnju energije, vetar može biti izvor energije putem vetroturbina i drugo.

Neobnovljivi prirodni resursi su oni koji nemaju sposobnost prirodnog obnavljanja nakon što se potroše. To uključuje zalihe uglja, nafte, minerala, plodno zemljište i drugo.

Raznovrsnost ovih resursa, bilo da se radi o različitim rudama (metali i nemetali), plodnim poljoprivrednim površinama, kvalitetnim šumama ili dovoljnim količinama vode (more, jezera, reke), zajedno s prirodnim energetskeim izvorima (ugalj, nafta, itd.), predstavlja osnovu za svaku proizvodnju, čineći temelj za ekonomski napredak i blagostanje. Dok neke zemlje koje obiluju prirodnim bogatstvima postižu visok nivo razvijenosti (poput SAD), postoji i paradoksalna situacija, kao u Brazilu, gde zemlja, iako izuzetno bogata prirodnim resursima, još uvek nije postigla očekivani nivo ekonomske razvijenosti.

Važno je napomenuti da raspoloživi prirodni resursi, iako predstavljaju potencijal, sami po sebi nisu garancija razvoja. Racionalno upravljanje ovim resursima je ključno, dok njihova neodgovarajuća eksploatacija i nepravilna upotreba vode ka privrednoj stagnaciji i nazadovanju. Ova činjenica je posebno izražena u nekim afričkim, azijskim i latino-američkim zemljama koje, uprkos obilju prirodnih bogatstava, još uvek se suočavaju s nerazvijenošću ili nedovoljnim razvojem.

3.3. Ukupno bogatstvo

Ukupno bogatstvo označava akumulaciju društvenog i prirodnog bogatstva unutar određene državne zajednice. Ovaj koncept naglašava potrebu za harmoničnim balansom između materijalnih resursa i ljudskih kapaciteta kako bi se postigao održiv ekonomski rast i razvoj. Ukupno bogatstvo, stoga, predstavlja sintezu društvenih

dostignuća (društveno bogatstvo) i prirodnih resursa (prirodno bogatstvo) koja definiše ekonomske temelje jednog društva.

Odnos između društvenog (nacionalnog) i prirodnog bogatstva u okviru ukupnog bogatstva služi kao pokazatelj ekonomske razvijenosti određene zemlje. Zemlje koje efikasno upravljaju i koriste svoje resurse, čak i ako su ograničene prirodnim bogatstvima, mogu postići visok nivo ekonomske razvijenosti kroz tehnološki, radni i organizaciono-menadžerski napredak.

Primer Japana jasno ilustruje da čak i u uslovima oskudnih prirodnih resursa, razvoj može biti postignut kroz fokus na tehnološkom unapređenju, radnoj efikasnosti i edukaciji. Ova zemlja je postala paradigmatički primer uspešne supstitucije prirodnih resursa drugim proizvodnim faktorima, postižući visok nivo tehnološke razvijenosti i društvene razvijenosti, iako je nekada bila na nižem nivou ekonomske razvijenosti u poređenju s drugim zemljama.

3.4. Bruto društveni proizvod

Bruto društveni proizvod je makroekonomski pokazatelj koji meri ukupnu vrednost dobara i usluga proizvedenih u određenoj zemlji tokom određenog vremenskog perioda, obično za godinu dana.¹⁶⁰

U kontekstu prethodno razmatranih pojmova, može se reći da odnos između ukupnog bogatstva (koje obuhvata i društvene i prirodne resurse) i BDP-a pruža dublji uvid u ekonomske dinamike zemlje, ukazujući na to koliko je održivo i efikasno iskorišćavanje resursa u postizanju ciljeva ekonomskog prosperiteta. Proučavanje BDP-a u ovom kontekstu omogućava analizu veze između resursa, ekonomske aktivnosti i razvoja, doprinoseći holističkom razumevanju ekonomske dinamike jedne zemlje.

Da bi se potpuno shvatila srž bruto društvenog proizvoda, važno je razmotriti nekoliko ključnih aspekata i naglasiti određene važne tačke.

¹⁶⁰ Mišić, M. (2005). *Enciklopedija Britanika*. A–B. Beograd: Narodna knjiga – Politika, str. 185.

Najčešće definisanje bruto društvenog proizvoda (BDP) podrazumeva njegovo predstavljanje kao „zbir“ različitih proizvedenih dobara i usluga. Međutim, s obzirom na raznolikost proizvoda i usluga, pri čemu svaki proizvod ima svoje specifičnosti (poput dužine, površine, zapremine ili težine) koje ih čine teško merljivim u istim jedinicama, naturalno izražavanje BDP-a nije moguće. Zbog ovog izazova, svi proizvedeni proizvodi i usluge se konvertuju u jedinstvenu meru, a to je njihova novčana vrednost. Kada se izrazi u novčanim jedinicama, svaki doprinos postaje merljiv i može biti deo ukupnog BDP-a, što omogućava praćenje i analizu ekonomske aktivnosti na jednostavniji i standardizovan način. Novčano izražavanje BDP-a omogućava ekonomistima, analitičarima i vladinim telima bolje razumevanje i praćenje ekonomske aktivnosti, jer se svi doprinosi mogu izraziti i sabrati na temelju novčane vrednosti.¹⁶¹

S obzirom na to da bruto društveni proizvod predstavlja tržišnu vrednost svih proizvoda i usluga proizvedenih u jednoj zemlji u periodu od godinu dana, važno je napomenuti da se za njegovo izračunavanje koriste *tržišne cene* dobara i usluga. Ovaj pristup uzima u obzir tržišnu vrednost kao osnovnu meru, integrišući i novčane i tržišne parametre za potpunije razumevanje ukupne vrednosti proizvedenih dobara i usluga.

Bruto društvenog proizvoda (BDP) se izražava u novčanim jedinicama zemlje za koju se proračunava. Najčešće se koristi lokalna valuta, poput dinara, dolara, evra, jena, funti, ili bilo koje druge valute koja se koristi u ekonomiji određene zemlje. Izražavanje BDP-a u lokalnoj valuti omogućava lakše upoređivanje ekonomske aktivnosti unutar zemlje i praćenje promena tokom vremena.

Na primer, BDP Sjedinjenih Američkih Država izražava se u dolarima, dok se BDP Evropske unije izražava u evrima, pri čemu numerička vrednost predstavlja ukupnu vrednost dobara i usluga proizvedenih unutar granica zemlje tokom određenog vremenskog perioda.

¹⁶¹ Labus, M. (2007). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Pravni fakultet.

BDP meri ukupnu proizvodnju dobara i usluga u zemlji, što čini njegovo izračunavanje prilično kompleksnim. Potrebno je poznavati sve finalne proizvode i usluge koje je država proizvela i sabrati ih zajedno. To uključuje proizvodnju jabuka, mleka, hleba, knjiga, čamaca, mašina, kao i sve proizvode koji se stvaraju u zemlji, do usluga poput taksija, zubara, advokata ili nastavnika i drugih.

Takođe, važno je napomenuti da se u obračun BDP-a *ne uključuje vrednost međufaznih proizvoda*. Ova odluka je doneta zbog toga što je njihova vrednost već obuhvaćena u krajnjoj vrednosti finalnih proizvoda. Ovaj pristup omogućava preciznije merenje ukupne vrednosti proizvedenih dobara i usluga, izbegavajući duplo brojenje i obezbeđujući da se uključe samo relevantne vrednosti u konačni obračun BDP-a.

Međufazni proizvodi, tj. poluproizvodi koji predstavljaju osnovu u procesu proizvodnje konačnih dobara, ne ulaze direktno u obračun bruto društvenog proizvoda (BDP). Razlog za to leži u tome što bi njihova uključenost rezultirala duplim brojenjem vrednosti u ekonomiji. Na primer, ukoliko zamislimo proizvodnju automobila. Međufazni proizvodi uključeni u ovaj proces mogu uključivati metalne delove, gume, električne komponente i drugo. Ako bi direktno uključili vrednost ovih međufaznih proizvoda u BDP, onda bi se, kada se sabira vrednosti finalnih proizvoda (automobila), zapravo sabirala ista vrednost više puta (npr. vrednost guma bi bila sabrana kada se računa vrednost guma, a zatim ponovno sabrana kada se računa vrednost automobila).

Zbog toga se u obračun BDP-a uključuje samo vrednost finalnih proizvoda, a ne međufaznih proizvoda. Međufazni proizvodi doprinose vrednosti finalnog proizvoda, i ta konačna vrednost se računa kako bi se izbeglo duplo brojanje i obezbedilo tačno merenje ukupne vrednosti proizvedenih dobara i usluga u zemlji.

U obračunu bruto društvenog proizvoda (BDP), uzima se u obzir kako vrednost robe, tako i *vrednost usluga*. Može se razmotriti jednostavan primer pružanja zubarskih usluga da bi se ilustrovalo kako se proizvodi i usluge uključuju u obračun BDP-a.

Stomatološki centri, koji pružaju usluge poput popravke zuba, kupuju materijale i opremu za svoj rad, uključujući plombe, instrumente i dezinfekciona sredstva. Kada stomatolog pruža usluge, poput popravke zuba, pacijentu se naplaćuje ne samo korišćene proizvoda (poput plombe) već i sama usluga popravke, pružena od strane stomatologa.

Ovaj proces se dodatno proširuje kada stomatološka praksa prodaje proizvode kao što su proteze za ispravljanje zuba (ili prodaje proizvode za oralnu higijenu, kao što su paste za zube ili četkice). Kada pacijent koristi uslugu ispravljanja zuba, a uz to kupi i proteze, cena ovih proizvoda se uključuje u konačnu (tržišnu) cenu pružene usluge. Stomatološka praksa zaračunava ovu tržišnu cenu pacijentu, a ta cena, koja obuhvata i proizvode (proteze) i pružene usluge (ispravljanje zuba), ulazi u obračun BDP-a kao doprinos ukupnoj ekonomskoj aktivnosti zemlje.

Bruto društveni proizvod (BDP) uključuje samo proizvode i usluge koji su proizvedeni tokom određene obračunske godine, a ne one koji su već bili prodani i postali deo sekundarnog tržišta kao polovni proizvodi. Ovo se može objasniti primerom: Tržišna cena novog električnog bicikla koji je proizveden u 2023. godini ulazi u BDP za tu godinu. Međutim, kada vlasnik prodaje taj isti električni bicikl kao polovan u 2024. godini, tržišna vrednost koja je postignuta u tom trenutku neće se računati u BDP za 2024. godinu. Ovim se ilustruje kako se samo proizvodi i usluge koji su proizvedeni u toku obračunske godine uzimaju u obzir u obračunu BDP-a, dok se tržišna vrednost sekundarnih prodaja, kao što su polovni proizvodi, ne računa u BDP za tu godinu.¹⁶²

U obračunu bruto društvenog proizvoda (BDP), postoji određena selektivnost u prikupljanju podataka, s obzirom na to da neki podaci nisu uključeni iz različitih razloga. Konkretno, određeni podaci nisu obuhvaćeni u obračunu BDP-a jer je njihovo izračunavanje ili poznavanje nemoguće. Ova kategorija obuhvata proizvode namenjene

¹⁶² Dragišić, D., Ilić, B., Medojević, B., Pavlović, M. (2004). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta.

ličnoj upotrebi, čije se vrednosti teško mogu precizno izmeriti, kao i one proizvode koji se nalaze izvan zakonskih okvira. U okviru obračuna BDP-a, samo su *legalne transakcije obuhvaćene*, odnosno one koje su zakonito sprovedene i registrovane u toku godine. Ovaj pristup ima cilj da osigura tačnost i zakonitost podataka uključenih u makroekonomski agregat. Time se isključuju transakcije koje se odvijaju u sivoj ekonomiji, gde se aktivnosti odvijaju van zvaničnih tržišta, kao i transakcije koje potiču iz kriminalnih aktivnosti poput šverca ili prodaje droge.

U obračunu bruto društvenog proizvoda (BDP), proizvodi i usluge koji su rezultat *rada stranih kompanija* ili stranih građana na teritoriji domaće zemlje takođe doprinose ukupnoj vrednosti BDP-a. Na primer, rad srpskog inženjera koji radi u Austriji doprinosi austrijskom BDP-u jer je njegov rad rezultirao proizvodnjom određenog proizvoda ili pružanjem određene usluge unutar teritorije Austrije. Slično tome, kada austrijski arhitekta privremeno radi u Srbiji, njegov rad će se računati u srpski BDP, jer je doprineo ekonomskoj aktivnosti na teritoriji Srbije.

Ovaj princip omogućava da se u obračun BDP-a uključe svi doprinosi ekonomiji zemlje, bez obzira na to da li su proizvodi i usluge proizvedeni od strane domaćih ili stranih subjekata koji privremeno rade na toj teritoriji. Na taj način, BDP postaje sveobuhvatan pokazatelj ekonomske aktivnosti, obuhvatajući doprinos kako domaćih tako i stranih subjekata na teritoriji zemlje u određenom vremenskom periodu.

Treba napomenuti da bruto društveni proizvod (BDP) predstavlja makroekonomski agregat koji istovremeno odražava dve bitne veličine: ukupan dohodak privrednih subjekata i ukupne troškove svih roba i usluga u određenoj privredi. Da bi se ilustrovala ova dvostruka priroda BDP-a, može se razmotriti primer kupovine i popravke bicikla.

Ovde se može poći od činjenice da je ukupan dohodak uvek jednak ukupnom trošku. Suština ove jednakosti ogleda se u tome što ako, jedan građanin u okviru jedne zemlje odluči kupiti bicikl, za

njega će ta transakcija predstavljati trošak. S druge strane, prodavac bicikla ostvaruje dohodak od prodaje. Ova razmena novca između kupca i prodavca ilustruje kako svaka ekonomska transakcija, bilo da se radi o kupovini robe ili pružanju usluga, doprinosi i dohotku i troškovima u okviru BDP-a.

Bitno je shvatiti da novac u privredi neprestano kruži između različitih privrednih subjekata (pojedinaca, domaćinstava, preduzeća, države itd.). Stoga se BDP može izračunati na dva načina:

- sabiranjem troškova svih privrednih subjekata ili
- sabiranjem dohodaka svih privrednih subjekata.

Ova dvostruka perspektiva omogućava holističko sagledavanje ekonomske aktivnosti, gde svaki dohodak u jednoj privredi istovremeno predstavlja i trošak, a svaki trošak je istovremeno dohodak nekog drugog. Ovaj uzajamni ciklus ekonomske razmene čini suštinu dualnosti BDP-a.

3.4.1. Struktura bruto društvenog proizvoda

Bruto društveni proizvod (BDP) kao što je već izloženo je kompleksan ekonomski pokazatelj koji pruža uvid u rezultate proizvodnje i trošenja u okviru određene privrede. Celokupan bruto društveni proizvod koji je ostvaren u okviru određene privrede se raspodeljuje na različite vidove potrošnje. Analizirajući strukturu BDP-a sa aspekta njegovog trošenja, možemo identifikovati ključne komponente koje čine ovaj makroekonomski pokazatelj. Struktura društvenog proizvoda data je sledećom relacijom:¹⁶³

$$\text{BDP} = P + I + G + (E - M)$$

Ova relacija pruža pregled kako se ukupni proizvod jedne privrede distribuira kroz različite oblasti ekonomske aktivnosti i pokazuje da je svaka novčana jedinica bruto društvenog proizvoda

¹⁶³ Mitrović, L. (2001). Savremene metode izračunavanja društvenog proizvoda i dohotka. *Zbornik radova Pravnog fakulteta*, str. 258–267.

potrošena na određeni način. Prema tome, komponente bruto društvenog proizvoda bile bi:

Potrošnja (P) – Ova komponenta obuhvata finalnu potrošnju pojedinaca i domaćinstava. Domaćinstva troše svoj dohodak na različite proizvode i usluge, čime doprinose ekonomskoj aktivnosti. To uključuje kupovinu dobara i usluga koje ljudi koriste za svoje zadovoljstvo i potrebe.

Ova komponenta meri koliko pojedinci i domaćinstva troše na dobra i usluge. Praćenjem potrošnje možemo proceniti nivo životnog standarda građana, trendove potrošačkih navika i ukupnu tražnju na tržištu. Važno je napomenuti da domaćinstva mogu i deo svog dohotka štedeti, što takođe ima svoj uticaj na ekonomiju.

Primer: Kada građanin kupi novi televizor za svoj dom, ta potrošnja doprinosi BDP-u.

Investicije (I) – Ovde se radi o potrošnji preduzeća kao privrednih subjekata na kapitalna dobra, poput osnovnih sredstava, mašina, opreme i infrastrukturnih projekata. Investicije predstavljaju ulaganje u proizvodne resurse i infrastrukturu, pri čemu investicije doprinose dugoročnom ekonomskom rastu. Visoke investicije obično ukazuju na dugoročni ekonomski rast, razvoj novih tehnologija i povećanje proizvodnje.

Primer: Kada preduzeće kupi nove mašine za unapređenje proizvodnje, to se računa kao investicija i doprinosi BDP-u.

Državna potrošnja (G) – Ova komponenta odnosi se na troškove koje ima država. To uključuje izdatke za javne usluge, obrazovanje, zdravstvo, infrastrukturu, plate državnih službenika i druge državne projekte. Analizom državne potrošnje mogu se pratiti prioritete vlade i uticaj njenih politika na ekonomiju.

Primer: Kada država investira u izgradnju novih puteva, ta potrošnja se računa kao deo državne potrošnje i doprinosi BDP-u.

Neto izvoz (E – M) – Ova komponenta meri razliku između izvoza (E) i uvoza (M) što direktno utiče na trgovinski bilans zemlje. Pozitivna vrednost ukazuje na to da zemlja izvozi više dobara i usluga nego što uvozi, što povećava BDP.

Primer: Ako zemlja proda veću količinu automobila inostranstvu nego što uvozi, neto izvoz će biti pozitivan doprinos BDP-u, jer zemlja ostvaruje više prihoda od izvoza nego što troši na uvoz. Ovaj višak doprinosi ukupnom prihodu zemlje i direktno utiče na ekonomski rast.

Sa druge strane, negativna vrednost neto izvoza ukazuje na trgovinski deficit, što znači da zemlja uvozi više nego što izvozi. Ovo može smanjiti BDP, jer zemlja troši više nego što prihoduje iz izvoza.

Važno je napomenuti da većina savremenih privreda predstavlja otvorene ekonomske sisteme, u kojima se ostvaruju trgovinske aktivnosti sa inostranstvom. Ovo dodatno naglašava važnost praćenja neto izvoza kao elementa koji utiče na ukupnu ekonomsku aktivnost i performanse zemlje na međunarodnom tržištu.

Ova struktura BDP-a pomaže nam da shvatimo kako se ekonomske aktivnosti raspoređuju unutar privrede. Kroz analizu ovih komponenti, ekonomisti i analitičari mogu pratiti trendove u potrošnji, investicijama, državnoj potrošnji i trgovini. To omogućava identifikaciju ključnih faktora koji utiču na ekonomski rast ili usporavanje. Na primer, povećanje investicija može ukazivati na povoljne uslove za poslovanje, dok smanjenje potrošnje može signalizirati ekonomske izazove.

Ova analiza pomaže u proceni zdravlja ekonomije, identifikaciji oblasti koje zahtevaju podršku ili promene politika radi postizanja održivog rasta i razvoja.

3.4.2. Realni i nominalni bruto društveni proizvod

Kako bi se dobila jasna slika o ekonomskoj aktivnosti i vrednosti proizvodnje u datom vremenskom periodu, postoje dva glavna načina izražavanja BDP-a:

1. Nominalni bruto domaći proizvod (BDP) predstavlja izražavanje ukupne vrednosti dobara i usluga po trenutnim (tržišnim) cenama, odnosno po cenama dobara i usluga koji su važili u vreme merenja. Ova vrednost obuhvata efekte inflacije, što znači da rast može proizaći iz stvarnog povećanja proizvodnje i usluga, ali i iz porasta cena. Bitno je napomenuti da nominalni BDP nije prilagođen inflaciji ili deflaciji, što znači da rast ove vrednosti može rezultirati i povećanjem cena, a ne nužno stvarne proizvodnje.¹⁶⁴
2. Realni BDP predstavlja izražavanje BDP-a u stalnim cenama, tj. cenama koje su fiksirane u određenom referentnom periodu. Kada se BDP izražava u realnim ili stalnim cenama, eliminisani su efekti inflacije. To omogućava analizu stvarnog rasta ili smanjenja proizvodnje, nezavisno od promena cena.¹⁶⁵

Stalne cene predstavljaju cene dobara i usluga iz određene referentne godine koja se koristi kao osnova za izračunavanje realnog bruto domaćeg proizvoda (GDP-a). Ove cene su odabrane s namerom da eliminišu uticaj inflacije ili deflacije, čime se omogućava pravilno upoređivanje ekonomske aktivnosti tokom različitih godina.

Kaže se da zemlja ekonomski raste kada se povećava stopa promene BDP-a, odnosno da je BDP obračunske godine veći od prethodne godine. Formula koja se koristi za prikaz procenta varijacije je:

¹⁶⁴ Dawson, G., Anand, P., Athreye, S., Himmelweit, S., MacKintosh, M. (2006). *Economics and Economic Change* (2nd edition). Publisher: Financial Times Prentice Hall, pp. 205.

¹⁶⁵ Hall, Mary (2020). *What Is Purchasing Power Parity (PPP)?* Investopedia.

$$\text{Stopa varijacije BDP} = \left(\frac{\text{BDP za prethodnu godinu po stalnim cenama}}{\text{BDP za tekuću godinu po stalnim cenama}} - 1 \right) * 100$$

Ako je stopa promene veća od 0, postoji ekonomski rast, i suprotno ako je stopa promene ispod 0, onda se beleži ekonomski pad.

Primer stalnih cena:

Ukoliko se pretpostavi posedovanje podataka o proizvodnji određene zemlje u 2022. godini, i želi se izračunati realni bruto domaći proizvod (BDP) u odnosu na tu godinu, može se analizirati stvarni rast ekonomske aktivnosti u odnosu na prethodnu godinu, koristeći stalne cene za eliminisanje uticaja cena.

Pretpostavlja se da je proizvodnja u 2022. iznosi 150 miliona NJ, dok je cena dobara i usluga u 2021. godini bila 120 miliona NJ. Da bi se eliminali efekti inflacije ili deflacije i dobio realni BDP, koriste se stalne cene iz 2021. godine kao reference.

$$\begin{aligned} \text{Stopa varijacije BDP} &= \left(\frac{\text{BDP za 2021. godinu po stalnim cenama}}{\text{BDP za 2022. godinu po stalnim cenama}} - 1 \right) * \\ 100 &= \left(\frac{120}{150} - 1 \right) * 100 = -20\% \end{aligned}$$

Budući da je stopa varijacije BDP negativna, to ukazuje na ekonomski pad u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. Ovaj rezultat može biti posledica smanjenja proizvodnje, opšteg ekonomskog usporavanja ili drugih faktora. Ovaj proračun pomaže u analizi promena u ekonomskoj aktivnosti tokom vremena.

Treba naglasiti da je veoma važno zauzeti pažljiv pristup analizi stope varijacije. U hipotetičkom primeru se razmatraju uzastopne godine, iako se poređenja obično vrše za veće vremenske razmake kako bi se identifikovali širi ekonomski trendovi. U obračunu BDP-a obično se koriste cene iz neke prethodne godine u kojoj je privredna aktivnost bila najstabilnija ili cene iz perioda u kojem su

se dogodile značajne promene cena ili kada su sprovedene reforme u ekonomiji. Ovo je važno kako bi se razumeo kontekst stalnih cena i pravilno interpretirali rezultati, a samim tim i dobila preciznija slika ekonomske dinamike.

Jasno je da situacija u kojoj je stopa varijacije BDP-a negativna, ukazuje na ekonomski pad za taj period i takva nepovoljna situacija ima potencijalno ozbiljne posledice po državu i njene građane. Oseća se smanjenje proizvodnje, što može dovesti do opšteg ekonomskog usporavanja i negativnog uticaja na zaposlenost. Stanovnici se mogu suočiti sa smanjenjem kupovne moći, mogućom stagnacijom ili smanjenjem plata, što direktno utiče na njihovu ekonomsku stabilnost.

S druge strane, kada je vrednost BDP-a veća, to ukazuje na ekonomski rast. Ovaj rast pokreće dinamiku privrednih aktivnosti, a time se povećava i kupovna moć stanovništva. Povećanje plata i penzija postaje realnost, otvarajući perspektivu za zdravije kućne budžete. Ovi pozitivni pokazatelji ne samo da doprinose pojedinačnim dohotcima, već i jačaju opštu ekonomsku stabilnost zemlje, čime se otvaraju mogućnosti za dalji društveni i ekonomski napredak.

Dodatni primer:

Ukoliko se pretpostavi analiza perioda od 2013. do 2023. godine, dobijanje uvida u realni BDP za svaku od tih godina, postiže se tako što se može odabrati 2013. godina kao bazna (referentna) godina.

1. Bazna godina (2013): U toj godini, utvrđuje se količina proizvedene robe i pruženih usluga, koja se dalje pomnoži sa cenama iz te godine što će predstavljati osnovu, odnosno baznu vrednost.
2. Prateće godine (2014–2023): Za svaku narednu godinu, uzima se količina proizvedene robe i usluga te godine, ali umesto aktuelnih cena, koriste se cene iz bazne godine (2013). Upravo to daje realnu vrednost BDP-a za svaku od tih godina.

Ovim pristupom, dobijamo realne vrednosti BDP-a koje odražavaju stopu stvarnog rasta ili opadanje ekonomske aktivnosti, ne uzimajući u obzir inflaciju. Ovo omogućava analitičarima da tačno procene promene u ekonomiji tokom vremena i identifikuju trendove.

3.5. Ostali makroekonomski agregati

Osim bruto društvenog proizvoda, koji predstavlja ključni makroekonomski agregat, postoji nekoliko drugih važnih agregata koji se koriste u makroekonomiji kako bi se dublje analizirala ekonomska aktivnost zemlje.

Bruto nacionalni proizvod (GNP – Gross National Product) predstavlja ekonomski pokazatelj koji se razlikuje od bruto društvenog proizvoda jer uključuje dohotke koje ostvaruju domaći građani u inostranstvu, dok isključuje dohotke stranih građana ostvarene unutar zemlje.¹⁶⁶

Primer:

Ako pretpostavimo da postoji srpski radnik koji privremeno radi u Rusiji, dohodak koji on ostvari u Rusiji ulazi u bruto nacionalni proizvod Srbije. Ovaj dohodak se uzima u obzir jer je domaći građanin.

Sa druge strane, dohodak ruskog državljanina koji radi u Srbiji ne bi se uzimao u obzir kada se računa bruto nacionalni proizvod Srbije. Razlog je to što bruto nacionalni proizvod meri dohodak koji domaći građani ostvaruju u inostranstvu.

Ovaj pristup se koristi kako bi se tačnije odražavala ekonomska aktivnost i doprinos domaćih građana ekonomiji njihove zemlje, bez obzira na to gde se taj dohodak stvarno ostvaruje. Ovo je posebno važno u globalnom kontekstu gde je mobilnost radne snage česta, a građani rade u različitim zemljama tokom svojih karijera.

¹⁶⁶ Slobodan K. (1992). *Makroekonomija*. Beograd: ABC-GLAS.

Dakle, bruto nacionalni proizvod se fokusira na dohodak koji potiče od domaćih subjekata, nezavisno od toga gde se taj dohodak generiše, pružajući sveobuhvatniji prikaz ekonomske aktivnosti zemlje.

U cilju jasnog razumevanja vredi se podsetiti da bi bruto društveni proizvod, suprotno od bruto nacionalnog proizvoda, uključio dohodak ruskog građanina iz prethodnog primera, ali ne bi računao dohodak srpskog građanina u Rusiji, s obzirom na to da je taj dohodak ostvaren izvan teritorije Srbije.

Neto nacionalni proizvod (NNP – Net National Product) je makroekonomski agregat koji predstavlja bruto društveni proizvod umanjen za troškove amortizacije. Amortizacija obuhvata novčane izdatke kojima se pokrivaju troškovi smanjenja vrednosti osnovnih sredstava, objekata, opreme i drugih kapitalnih dobara tokom njihovog korišćenja u privredi.

Primer:

Uzeće se u obzir fabrika koja proizvodi automobile. Vrednost svih proizvedenih automobila tokom određenog vremenskog perioda bi ulazila u obračun bruto društvenog proizvoda (BDP) kao zbirna veličina na nivou države. Međutim, tokom proizvodnje i korišćenja opreme u fabrici, dolazi do fizičkog trošenja i smanjenja vrednosti opreme, što se naziva amortizacija.

Neto nacionalni proizvod uključuje ovu amortizaciju kako bi dao realniji prikaz stvarne vrednosti dobara i usluga proizvedenih u ekonomiji. Na primer, ako je vrednost svih proizvedenih automobila tokom određenog vremenskog perioda bila 100 miliona dolara, a amortizacija iznosila 20 miliona dolara, neto nacionalni proizvod bi bio 80 miliona dolara (100 miliona – 20 miliona).

Ova korekcija precizira da je vrednost proizvedenih automobila deo bruto društvenog proizvoda, dok se amortizacija dodaje kako bi se došlo do neto nacionalnog proizvoda. Ovaj pokazatelj nam pruža bolji uvid u stvarnu vrednost dobara i usluga proizvedenih u ekonomiji, uzimajući u obzir i troškove održavanja i obnavljanja kapitala.

Neto nacionalni proizvod je stoga koristan za merenje dugoročne održivosti i produktivnosti ekonomske aktivnosti.

Nacionalni dohodak (National Income) predstavlja ukupan dohodak koji su zaradili građani određene zemlje tokom određenog vremenskog perioda. Ova ekonomska veličina daje uvid to u koliko novca se ukupno generiše unutar zemlje i koliko taj dohodak ide direktno građanima. Razlika između nacionalnog dohotka i neto nacionalnog proizvoda leži u tome što nacionalni dohodak ne uključuje poreze koje plaćaju preduzeća, a uključuje novčanu pomoć preduzećima. Ovo omogućava precizniji prikaz onoga što građani stvarno zarađuju.

Primer:

Ako se zamisli zemlja X, gde građani rade u različitim sektorima ekonomije, njihove zarade, dividende, i kamate čine nacionalni dohodak. Može se pretpostaviti da ukupan nacionalni dohodak ove zemlje iznosi 1 milijardu evra. Ova cifra predstavlja ukupan novčani tok koji ide direktno građanima zemlje X.

S obzirom na to da ne uključuje porez koji plaćaju preduzeća, nacionalni dohodak može pružiti precizniji uvid u stvarni ekonomski doprinos građana zemlje. Ekonomski doprinos građana odnosi se na sve što građani rade i time doprinose ekonomiji zemlje, podrazumevajući pri tom: inovacije, preduzetničke aktivnosti, investicije, itd. To je bitno za analizu distribucije prihoda i efikasnosti ekonomske politike u podržavanju standarda života građana.

Dohodak pojedinaca predstavlja ukupan novčani priliv koji pojedinci ili domaćinstva stvarno primaju tokom određenog vremenskog perioda. Ovaj dohodak uključuje različite izvore prihoda zbog čega njihova analiza pomaže u razumevanju finansijskog stanja pojedinaca i zajednica, kao i u planiranju budućih finansijskih strategija.

Primer:

Dohodak pojedinca se može posmatrati kroz plate i zarade, pri čemu ovaj deo obuhvata primanja koja pojedinci dobijaju za svoj rad. To uključuje plate zaposlenih, honorare za usluge, bonuse i druge oblike direktnih naknada za rad. Ako osoba radi za određenu kompaniju i prima mesečnu platu od 1000 evra, tih 1000 evra čini deo njenog dohotka. Dohodak pojedinaca može takođe proizlaziti iz finansijskih aktivnosti, uključujući kamate od štednje, dividende od investicija u akcije ili obveznice, kao i drugi oblici pasivnog prihoda. Ako pojedinac ima štedni račun koji mu donosi godišnju kamatu od 500 evra, tih 500 evra doprinosi njegovom ukupnom dohotku. Ovde se mogu ubrojati razni drugi prihodi kao što su poslovni dohodak kada pojedinci ili domaćinstva poseduju sopstveni posao ili preduzetničku delatnost, pri čemu generišu dohodak, kao i pomoć države koja predstavlja deo tog dohotka.

Raspoloživi dohodak pojedinaca predstavlja deo dohotka koji pojedinci ili domaćinstva imaju na raspolaganju nakon što su oduzeti svi obavezni izdaci, posebno porezi koje plaćaju državi. To je zapravo novac koji pojedinci mogu slobodno koristiti za ličnu potrošnju, štednju ili investicije. Važnost poznavanja raspoloživog dohotka leži u tome što pruža realnu sliku o finansijskim mogućnostima pojedinca ili domaćinstva, omogućavajući bolje planiranje budžeta i donošenje informisanih finansijskih odluka.

Primer:

Ako pojedinac zarađuje 3000 evra mesečno, ali mu, nakon što se oduzmu porezi i drugi obavezni izdaci, ostane 2500 evra, upravo taj iznos čini njegov raspoloživi dohodak. Poznavanje ovog iznosa omogućava mu da realno planira svoje troškove, štedi ili investira prema stvarnim finansijskim mogućnostima.

Diskrecioni dohodak pojedinaca odnosi se na deo dohotka koji pojedincima ostaje nakon što su zadovoljene osnovne životne potrebe, poput hrane, smeštaja i osnovnih računa. Ovaj deo dohotka pruža finansijsku slobodu pojedincima, omogućavajući im da troše

na stvari koje nisu od vitalnog značaja, već predstavljaju lične želje ili prioritete.

Primer:

Ako neko mesečno potroši određeni iznos na stanarinu, hranu, komunalije i osnovne potrebe, a nakon toga mu ostane dodatnih 500 evra, tih 500 evra čini diskrecioni dohodak. Ovaj deo dohotka može se koristiti za aktivnosti poput putovanja, hobija, dodatne obuke ili kupovine stvari koje poboljšavaju kvalitet života, ali nisu neophodne za osnovno preživljavanje. Poznavanje diskrecionog dohotka omogućava pojedincima da bolje upravljaju svojim finansijama, postavljaju prioritete u trošenju i ostvaruju svoje dugoročne ciljeve, stvarajući ravnotežu između zadovoljavanja trenutnih želja i planiranja budućnosti. Ova vrsta dohotka može biti ključna za ostvarivanje životnih ciljeva i poboljšanje ukupnog blagostanja pojedinca.

Potrebno je, takođe, razlikovati stvarni bruto društveni proizvod zemlje od njenog potencijalnog bruto društvenog proizvoda.

Stvarni bruto društveni proizvod predstavlja meru ukupne vrednosti dobara i usluga proizvedenih u privredi zemlje tokom jedne godine. To je rezultat stvarne proizvodnje i aktivnosti u ekonomiji, uključujući sve sektore. Ono što je ključno kod stvarnog bruto društvenog proizvoda jeste da odražava konkretne ekonomske performanse zemlje u datom trenutku.

S druge strane, potencijalni bruto društveni proizvod predstavlja teoretsku maksimalnu vrednost proizvodnje koju bi zemlja mogla ostvariti kada bi svi njeni resursi bili u potpunosti iskorišćeni. Ovde se podrazumeva da nema neiskorišćenih proizvodnih kapaciteta ni nezaposlenih radnika. Potencijalni bruto društveni proizvod pruža uvid u maksimalni ekonometrijski kapacitet zemlje, ukazujući na optimalno korišćenje resursa.

Bruto društveni proizvod koristi se i kao ključni indikator za merenje životnog standarda u zemlji i upoređivanje sa drugim ekonomijama.

Društveni proizvod per capita, odnosno po glavi stanovnika, postaje važan jer ukazuje na vrednost proizvodnje po pojedinačnom građaninu. Što je ovaj pokazatelj viši, to ukazuje na viši životni standard.

Društveni proizvod per capita takođe služi kao agregatni pokazatelj razvijenosti nacionalne ekonomije. Veća vrednost proizvodnje po stanovniku obično ukazuje na ekonomsku razvijenost zemlje.

Vrednost društvenog proizvoda per capita se dobija deljenjem ukupnog bruto društvenog proizvoda (BDP) zemlje sa brojem njenih stanovnika. Formula za izračunavanje ovog pokazatelja je:

$$\text{Društveni proizvod per capita} = \frac{BDP}{\text{Broj stanovnika}}$$

Primer:

Ako je bruto društveni proizvod neke zemlje 100 milijardi evra, a broj stanovnika te zemlje je 10 miliona, onda bi društveni proizvod per capita bio:

$$\begin{aligned}\text{Društveni proizvod per capita} &= \frac{100,000,000,000 \text{ evra}}{10,000,000 \text{ stanovnika}} \\ &= 10,000 \text{ evra po stanovniku}\end{aligned}$$

Ova vrednost od 10,000 evra po stanovniku ukazuje na to koliko prosečni građanin te zemlje doprinosi ili ima na raspolaganju od ukupnog društvenog proizvoda. Viša vrednost obično ukazuje na veći nivo proizvodnje, pretpostavljajući pravičnu distribuciju, viši životni standard. Međutim, važno je napomenuti da ova vrednost nije direktno lični dohodak svakog pojedinca, već je to statistički prosek koji uzima u obzir ukupan proizvodni kapacitet zemlje i broj stanovnika. Dohodak pojedinca može značajno varirati u zavisnosti od mnogo faktora, uključujući zaposlenost, obrazovanje, industriju u kojoj rade, i druge faktore.

Stoga, iako društveni proizvod per capita pruža opštu sliku o ekonomskoj performansi i životnom standardu, individualne razlike u dohotku mogu biti značajne. Takođe, distribucija dohotka unutar populacije, odnosno kako se dohodak raspoređuje među građanima, može značajno uticati na percepciju ekonomske pravde i blagostanja u društvu.

Ukratko, razumevanje stvarnog i potencijalnog bruto društvenog proizvoda, kao i korisnost društvenog proizvoda per capita, omogućavaju dublje razumevanje ekonomske situacije jedne zemlje, njenog razvojnog potencijala i nivoa životnog standarda njenih građana.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta obuhvataju ekonomski agregati?
2. Mikroekonomski agregati su:
3. Makroekonomski agregati su:
4. Šta je ukupan prihod i kako se izražava?
5. Šta su troškovi poslovanja i kako se izražavaju?
6. Šta je poslovni rezultat, kakav može biti i kako se može izraziti?
7. Prirodni resursi manifestuju se u dva osnovna oblika:
8. Šta je ukupno bogastvo?
9. Šta je bruto društveni proizvod i navedite strukturu bruto društvenog proizvoda?
10. Šta su realni i nominalni bruto društveni proizvodi?

LITERATURA

KNJIGE I ČLANCI

1. A.D. Brownlie and M. F. Lloyd Prichard (1963). *Professor Fleeming Jenkin, 1833–1885 Pioneer in Engineering and Political Economy*. Oxford Economic Papers, NS.
2. Aca Jovanović, Ivan Mihajlović, Živan Živković (2005). *Upravljanje proizvodnjom*. Bor.
3. Adam Smith (2007). *Bogatstvo naroda – Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda, 5. izdanje*. O prihodima vladara i države. Zagreb: Masmmedia.
4. Alfred Marshall (1956). *Principales of Economics (8th edition)*. New York: Macmillan, a prema knjizi Richard T. Froyen (1956). *Macroeconomics (2nd Edition)*. New York: Macmillan Publishing Company.
5. Benić, Đ. (2001). *Osnovi ekonomije*. Zagreb: Školska knjiga.
6. Benjamin Roth (2009). *The Great Depression: A Diary*. Sjedinjene Američke Države.
7. Blagoje Novičević, Ljilja Antić (2005). *Upravljačko računovodstvo – obračun troškova*. Niš.
8. Blinder, Alan S., Baumol, William J., Gale, Colton L. (2006). *Microeconomics: Principles and Policy (paperback)*. Publisher: Thomson South-Western.
9. Boško Nadoveza, Helena Pešić (2014). *Ekonomika preduzeća*. Brčko: Evropski univerzitet.
10. Božidar Milenović (1998). *Mikroekonomija*. Niš: Europrojekat.
11. Božidar S. Milenović (1998). *Mikroekonomija – teorija i primene*. Beograd: Fakultet za trgovinu i bankarstvo. Niš: Europrojekat.
12. Božo Mihajlović (2003). *Marketing menadžment*. Cetinje.
13. Branko Medojević, Dragoljub Dragišić, Bogdan Ilić, Milovan Pavlović (2004). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta.
14. Budimir Stakić, Milenka Jezdimirović (2020). *Javne finansije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
15. Chamberlin, E (1933). *The Theory of Monopolistic Competetion*.

16. Charles P. Kindleberger (1973). *The World in Depression, 1929–1939*. Sjedinjene Američke Države.
17. David Begg, Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch, (1987). *Economics (2nd Edition)*. England: Mc Graw – Hill Book Company (UK) Limited, Berkshire.
18. David Dašić, Bećir Kalač (2009). *Osnovi ekonomije*. Novi Pazar: Internacionalni univerzitet.
19. David Đ. Dašić, Ilija J. Džombić (2009). *Uvod u ekonomiju*. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment.
20. Dawson Graham (2006). *Economics and Economic Change*. FT / Prentice Hall.
21. Dejan Popović (2022). *Poresko pravo*. Beograd: Univerzitet u Beogradu – Pravni fakultet.
22. Dragoslav Kitanović, Nataša Golubović, Dragan Petrović, Marija Džunić (2008). *Osnovi Ekonomije*. Niš.
23. Dragutin Marsenić (1996). *Ekonomika Jugoslavije*. Beograd: Ekonomski fakultet.
24. *Ekonomska i poslovna enciklopedija I tom*. Beograd: Savremena administracija,
25. Fikret Dervišević (2008). *Mikroekonomija*. Cazin: GRAFIZ.
26. Fisher, R. A. (1963). *Statistical Methods for Research Workers*. New YORK.
27. Georg J. Stigler, *The Government of the Economy*.
28. Hal R. Varian (2008). *Mikroekonomija – moderan pristup (Intermediate Microeconomics A Modern Approach, Sixth Edition)*. Beograd: Ekonomski fakultet.
29. Hall, Mary (2020). *What Is Purchasing Power Parity (PPP)?* Investopedia.
30. Hanić Hasan (1990). *Teorija i ekonometrijski modeli potrošačke tražnje*. Beograd: Ekonomski fakultet.
31. Hasan Hanić (2006). *Principi marketinga*. Beograd: Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije.
32. Hasan Hanić (2008). *Upravljanje marketingom*. Beograd: Beogradska bankarska akademija.
33. Hobsbawm, Eric J. (1994). *The Age of Extremes: The Short Twentieth Century 1914–1991*.
34. Ilija Rosić (2000). *Rast strukturalne promene, funkcionisanje privrede*. Kraljevo: Komino trade.

35. Ilija Rosić (2003). *Nacionalna makroekonomija – rast, struktura i funkcionisanje*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
36. Ilija Rosić, Petar Veselinović (2006). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
37. Irena Deretić (2010). *Iz Platonove filozofije*. Beograd: Plato.
38. Ivan Vujačić (2011). *Kejns protiv klasika*. Beograd: JP Službeni glasnik.
39. Joana Robinson (1969). *The Economics of Imperfect Competition (2nd edition)*. London: Macmillan.
40. John Mayard Keynes (1956). *Opšta teorija zaposlenosti, kamate i novca*. Prevod: Kultura, Beograd.
41. Jozef Šumpeter (1960). *Kapitalizam, socijalizam i demokratija*. Beograd: Kultura.
42. Kotler, P. (1999). *How to Create, Win and Dominate Markets*. New York: The Free Press.
43. Kris Vest (2004). *Istraživanja tržišta (Marketing Research)*. CLIO.
44. Ljubomir Mitrović (2001). *Savremene metode izračunavanja društvenog proizvoda i dohodka*. Zbornik radova Pravnog fakulteta.
45. Ljubomir Mitrović, Slobodan Cvetanović, Mihailo Dedović (2003). *Osnovi ekonomije*. Priština – Kosovska Mitrovica: Grafotrade.
46. Mankiw, G. N. i Taylor, P.M. (2008). *Ekonomija*. Beograd: Data Status.
47. Mankju Gregori (2004). *Principi ekonomije (treće izdanje)*. Harvard Univerzitet. Beograd: Ekonomski fakultet.
48. Marko Sekulić, Dragoslav Kitanović, Slobodan Cvetanović (1997). *Makroekonomija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
49. Marko Radičić, Božidar Raičević (2008). *Javne finansije, teorija i praksa*. Subotica: Data status, Ekonomski fakultet.
50. Martin Bronfenbrenner, Werner Sichel, Wayland Gardner (1990). *Microeconomics, Third edition*. Boston: Houghton Mifflin Company, MA, 2
51. Mate Babić (2001). *Makroekonomija*. Zagreb: Mate.
52. McKinna, T. (2019). *The Coles and Woolworths duopoly has killed Australian brands*.
53. Mehmed Meta (2012). *Mikroekonomska analiza*. Novi Pazar: Internacionalni univerzitet.
54. Milan Mišić (2005). *Enciklopedija Britanika A–B*. Beograd: Narodna knjiga: Politika.
55. Milica Ničić (2008). *Upravljanje i kontrola troškova*. Novi Sad: Alfa-graf NS.

56. Milton Friedman (februar 2002) [1962]. *Capitalism and Freedom*. Monopoly and the Social Responsibility of Business and Labor. The University of Chicago Press.
57. Miroljub Labus (1997). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Jugoslovenska knjiga.
58. Miroljub Labus (2007). *Osnovi ekonomije*. Beograd: Pravni fakultet.
59. Momčilo Milisavljević (2007). *Savremeni strategijski menadžment*. Beograd: Megatrend univerzitet.
60. MPC – Međunarodni računovodstveni standardi (International Accounting Standards – IAS)
61. Nadica Figar (2005). *Troškovi preduzeća*. Niš: Ekonomski fakultet.
62. Obren Blagojević (1971). *Ekonomske doktrine*. Beograd: Savremena administracija.
63. Olivier Blanchard (2007). Massachusetts Institute of Tehnology. *Makroekonomija (3. izdanje)*. Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Mate.
64. Paul A. Samuelson i William D. Nordhaus (2000). *Ekonomija*. Poglavlje 3. Osnovni elementi ponude i potražnje. Zagreb: Mate.
65. Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus (1994). *Ekonomija*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
66. Petar Veselinović (2017). *Ekonomija*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
67. Pettinger, T. (2019). *Perfect competition*.
68. Pindyck, R.S. (2005). *Mikroekonomija (5. Izdanje)*. Zagreb: MATE.
69. Predrag Staletić, Nada Staletić (2017). Visoka škola elektrotehnike i računarstva. Beograd.
70. Radiša Radovanović, Kata Škarić-Jovanović (2000). *Finansijsko računovodstvo*. Beograd.
71. Radmilo Nikolić (2012). *Troškovi u poslovnoj ekonomiji, drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje*. Bor.
72. Radoslav Avlijaš (2008). *Preduzetništvo i menadžment malih i srednjih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
73. Radoslav Avlijaš, Goran Avlijaš (2013). *Preduzetništvo*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
74. REPUBLIKA SRBIJA, MINISTARSTVO PRIVREDE, Privatizacija preduzeća.
75. Richard G. Lipsey, Peter O. Steiner i Douglas D. Purvis (1987). *Economics (Eighth Edition)*. Publishers: Harper & Row, New York.
76. Samuelson Paul A. (2010). *Economics*. William D. Nordhaus, 19 izdanje. Boston.

77. Saša Petković, Šefkija Berberović (2013). *Ekonomika i upravljanje malim i srednjim preduzećima*. Principi i politike. Banja Luka: Ekonomski fakultet.
78. Sefer Mededović (2005). *Osnovi prava biznisa*. Forum univerzitetskih nastavnika. Novi Pazar.
79. Slobodan Komazec (1992). *Makroekonomija*. Beograd: ABC „GLAS“.
80. Stackelberg Henrich von. (1934). *Marktform und Gleichgewicht*. Wien–Berlin: J. Springer.
81. Teylor Nelson Sofres (2002). *Market Sektor*. London.
82. Thomas Piketty (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Translated by Arthur Goldhammer. The Belknap Press of Harvard University Press. England: Cambridge, Massachusetts London.
83. Young Julie (2023). *Monopsony: Definition, Causes, Objections, and Example*. <https://www.investopedia.com/terms/m/monopsony.asp>
84. Zakon o akcizama, ZAKON O CARINSKOJ TARIFI, „Sl. glasnik RS“, br. 62/2005, 61/2007, 5/2009, 95/2018 – dr. zakon i 91/2019
85. Zakon o akcizama, Član 8.
86. Zakon o akcizama, Član 8.
87. Zakon o carinskoj tarifi, „Službeni glasnik RS“, br. 62/2005, 61/2007, 5/2009, 95/2018 – dr. zakon i 91/2019
88. Zakon o carinskoj tarifi, „Službeni glasnik RS“, br. 62/2005, 61/2007, 5/2009, 95/2018 – dr. zakon i 91/2019
89. Zakon o porezu na dodatu vrednost, član 1, član 2.
90. Zakon o porezu na dodatu vrednost, član 1, član 2.
91. Zakon o porezu na dodatu vrednost, član 1, član 2.
92. Živko Kostić i drugi (1993). *Ekonomika preduzeća*. Beograd: Kultura.
93. Živko Kostić, Miroslav Milojević (1998). *Ekonomika preduzeća*. Beograd: Institut za ekonomiku i finansije.

INTERNET IZVORI

1. <https://www.economicshelp.org/microessays/markets/perfect-competition/> <https://www.investopedia.com/terms/m/monopsony.asp>
2. <https://www.politika.rs/scc/clanak/94288/Najgore-je-proslo-ali-svetska-ekonomija-ostaje-slaba>
3. <https://population.un.org/wpp/>
4. <http://brojstanovnika.population.city/world/>

5. <https://novaekonomija.rs/vesti-iz-zemlje/po-ulaganjima-u-nauku-u-regionu-od-srbije-jedino-losija-albanija>
6. <https://study.2tm.eu/sr/blogs/javni-rashodi-za-obrazovanje-u-srbiji-u-odnosu-na-zemlje-eu/>
7. popis2022.stat
8. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20234006.pdf.gov.rs>
9. <https://dokumen.tips/documents/ekonomija-paul-a-samuelson-william-d-nordhaus.html?page=34>
10. <https://www.stat.gov.rs/>
11. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main_Page
12. <http://www.nbs.rs>
13. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main_Page
14. <https://www.wto.org/index.htm>
15. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/07/10/world-economic-outlook-update-july-2023>
16. www.undp.org
17. https://www.undp.org/sustainable-development-goals/no-poverty?gclid=Cj0KCQjwrMKmBhCJARIsAHuEAPS4jIHxdSf9lJxtK6l0IL1N-phq63lLouCTdjZ7BjTep-5d7Vq35tasaAnUhEALw_wcB
18. <https://naled.rs/siva-ekonomija>
19. <https://privatizacija.privreda.gov.rs/>
20. <https://www.ohchr.org/en>
21. <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-racunovodstvu-2020.html>
22. <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-porezu-na-dohodak-gradjana.html>
23. <https://www.zis.gov.rs/prava/patenti/>

OSTALE KORIŠĆENE KNJIGE I MATERIJALI – PREPORUČENA LITERATURA

1. Asish K. Bhattacharyya (2006). *Principles And Practice Of Cost Accounting 3Rd Ed.* Prentice-Hall of India.
2. Schlefer Jonathan (April 2012). *Assumptions Economists Make.* Harvard University Press.
3. B. M Lall Nigam, C. Jain (2001). *Cost Accounting.* Prentice – Hall of India.
4. Stretton Hugh (1999). *Economics A New Introduction.*

5. Shtub Avraham (1999). *Enterprise Resource Planning (ERP). The Dynamics of Operations Management*.
6. J.J. Bouma, T.J. Wolters, Jan Jaap Bouma, Teun Wolters, Martin Bennett (2002). *Environmental Management Accounting : Informational and Institutional Developments*. Published: Springer.
7. Bishop, Matthew (2004). *Essential Economics*.
8. John M. Levy (1995). *Essential Microeconomics for Public Policy Analysis*.
9. Kripa Shanker Jaiswal (2018). *Handbook of Multiple Choice Questions for MBA*. Publisher: Word-Press.
10. Manoj Kumar Singh (2009). *Industrial Economics and Principles of Management*. Publisher: New Age International.
11. Alanson Minkler (2008). *Integrity and Agreement: Economics When Principles Also Matter*. Publisher: University of Michigan Press.
12. Hal R. Varian (2010). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. Publisher: WW Norton & Co; 8th International student edition.
13. Garg Arun (2010). *International Microeconomics and Finance : Theory and Econometric Methods*. Publisher: Swastik Publications.
14. Arora M.N. (2010). *Methods and Techniques of Cost Accounting : Theory, Problem and Solutions*. Himalaya Publishing House.
15. Solomon Cohen (2000). *Microeconomic Policy*. Publisher: Routledge.
16. Burkett John P. (April 2006). *Microeconomics: Optimization, Experiments, and Behavior*. Oxford University Press, Incorporated.
17. Freixas Xavier Rochet, Jean-Charles (March 2008). *Microeconomics of Banking* (2nd Edition). Publisher: MIT Press.
18. Maurya, M.L. (2008). *Modern Microeconomics: Theory and Application*. Publisher: Mangalam.
19. P.C. Tulsain (2007). *Cost Accounting*. Tata McGraw-Hill.
20. LeRoy Stephen F., Werner Jan (2007). *Principles of Financial Economics*.
21. Kohli, S.L. (2010). *Professional Cost Accounting*.
22. Radovan Tomić, Slobodan Cvetanović, Miroslav Đorđević (2008). *Osnovi ekonomije*. Novi Sad.

CIP – Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

330.1(075.8)

МАШОВИЋ Муратовић, Ирма, 1987–

Osnovi ekonomije / Irma Mašović Muratović, Amela Ljajić,
Bećir Kalač. – Novi Pazar : Univerzitet, 2023 (Kraljevo :
Graficolor). – 436 str. : graf. prikazi, tabele ; 25 cm

Tiraž 100. – Napomene i bibliografske reference uz tekst. –
Bibliografija: str. 429–435.

ISBN 978-86-84389-83-3

1. Љајић, Амела, 1985– [аутор] 2. Калач, Бећир, 1958–
[аутор]

а) Економија

COBISS.SR-ID 132892681