

Studentski izazovi
Studentski časopis Departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog Univerziteta u Novom Pazaru

Studentski izazovi

Studentski časopis departmana za ekonomske nauke Internacionalnog
Univerziteta u Novom Pazaru

Izdavač:

Univerzitet u Novom Pazaru

Za izdavača:

Prof. dr Mevlud Dudić

Glavni i odgovorni urednik:

Ajla Šehović

Uredjivački odbor:

Anela Feratović

Rašid Babić

Hajdin Bojadžić

Erna Latić

Anes Redžović

Zehra Hajdaragić

Zehra Kalač

Zana Tutić

Numan Đozović

Razija Hačković

Alma Kujević

Tehnički urednik

Rašid Babić

Lektor

Binasa Spahović

Tiraž

200 primjeraka

ISSN 2217-9356

Štampa:

GrafiColour, Kraljevo

Maj 2013



Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru

Studentski izazovi

**Studentski časopis Departmana za ekonomske nauke
Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru**

Godina 2, Broj 2

Novi Pazar, maj 2013

Sadržaj

EKONOMSKA KRIZA U EUROZONI.....	7
Ajla Šehović	
TROŠKOVI PREDUZEĆA	17
Anela Feratović	
EKONOMSKI SISTEMI	25
Numan Đozović	
Alma Kujević	
HALAL STANDARD.....	35
Razija Hačković	
Adela Duljević	
PRINCIPI EKONOMIJE	39
Aldin Čalaković	
PREDUZETNIČKA PRILIKA I BIZNIS IDEJA	50
Zehra Kalač	
Zana Tutić	
USKLAĐIVANJE LIKVIDNIH SREDSTAVA I DOSPELIH OBAVEZA	55
Zehra Hajdaragić	
Belkisa Mavrić	
DOSTOJANSTVO ČOVJEKA JE MOGUĆE UNIŠTITI ALI NE I PORAZITI	59
Anida Kalač	

EKONOMSKA KRIZA U EUROZONI

Ajla Šehović

Student 3. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Evropska Unija je doživela ozbiljan pad svoje ekonomije. Dužnička kriza u Euro Zoni je izazvana nizom manjih finansijskih kriza a koje su, opet, produkt pokušaja spašavanja Euro Zone od još veće krize.

Evropska dužnička kriza, ili kako se još naziva, kriza Euro Zone je finansijska kriza koja je dovela do toga da zemlje Euro Zone nisu u mogućnosti ili su u potpunosti nemoćne da pokriju ili refinansiraju dugove vlada svojih zemalja.

Još od 2009. godine, strah od dužničke krize se razvio među investitore kao rezultat povećanja nivoa duga u svetu, zajedno sa talasom takvih dugovanja koja su došla od zemalja članica Evropske Unije. Uzroci se razlikuju od zemlje od zemlje. Struktura Euro Zone kao monetarne unije, prema valuti, euru, bez fiskalne unije doprinela je krizi i ometala sposobnost evropskih lidera da reaguju na krizu.

U maju 2010. godine EU je odobrila paket vredan 750 milijardi eura za održavanje finansijske stabilnosti širom Evrope. U oktobru 2011 i Februaru 2012 godine, lideri Euro Zone su se složili da nove mere mogu zaštititi ekonomije zemalja članica od kolapsa. Ovo je uključilo otpisivanje 53,5% duga Grčkoj. Da bi povratili poverenje u Evropu, evropski lideri su se, takođe, složili da uvedu uravnotežene budžetske amandmane. Kreatori Evropske Politike su predložili veću integraciju EU bankarskog menadžmenta sa depozitnim osiguranjem. Evropska Centralna Banka je prihvatila ove mere da bi sačuvala novac u evropskim bankama smanjivši kamatne stope i obezbedivši slabijim bankama, najviše zemljama sa jako izraženom krizom, više od 3 hiljade milijardi eura. Dok se spoljni dug sve više povećavao u nekoliko evropskih zemalja Euro Zone, on se proširio i na celu Zonu, što je dovelo do špekulacija da je moguć i potpuni krah Euro Zone. Grčka, Irska i Portugalija su zemlje koje su najviše pogođene dužničkom krizom u Evropi, koje čine skoro 6% BDP-a Euro Zone.

UZROCI

Koliko je svaka Evropska država zadužena i investirala novca toliko je i upala u krizu. Povezanost u globalnom finansijskom sistemu znači da kao jedna nacionalna ekonomija ne isplati svoja dugovanja ili uđe u recesiju, bankarski sistem kreditora će biti izgubljen. Na primer, u oktobru 2011 Italija je pozajmila 366 milijardi eura od Francuske banke. Pošto nije bila u stanju da Italija finansira sama sebe, Francuski bankarski sistem i ekonomija mogli su da

popadnu pod pritisak, koji bi takođe mogao da utiče na Francuske kreditor. To znači da je u pitanju finansijska „zaraza“.

Drugi faktor koji doprinosi povezanosti u globalnom finansijskom sistemu jeste koncept zaštite duga. Različite institucije su sklopile ugovor koji je nazvan standardna kreditna razmena (credit default swaps) koji rezultira time da plaćanje bi trebalo da bude standardni dug na određen instrumente duga, uključujući i obveznice koje je izdala vlada određene zemlje. Ali, pošto ovakvi ugovori mogu biti kupljeni, nije dovoljno jasno kakvo izlaganje bankarskog sistema određene države ima standardna kreditna razmena.

Brojni ekonomisti su odbacili popularno verovanje da je dužnička kriza uzrokovana prekomernom socijalnom potrošnjom. Prema ovakvoj analizi, povećani nivoi zaduženja su nastali, uglavnom, usled prekomerne upotrebe paketa finansijske pomoći koji su doprineli tome da finansijski sektor doživi stagnaciju i blagi pad početkom 2000 godine.

Prosečni finansijski deficit u Euro Zoni 2007 godine je bio samo 0,6% pre nego što je dostigao procenat od 7% tokom finansijske krize. U istom periodu, prosečni dug vlade porastao je sa 66% na 84% BDP-a. Ovo je bila činjenica koja je mnoge zapanjila, s' obzirom da je taj iznos devedesetih godina bio znatno manji.

Američki ekonomista Paul Krugman je rekao da je Grčka jedina fiskalno neodgovorna država u srcu dužničke krize. Jedinstveni nivo domaćeg duga je bio drugi uzrok nastanka krize. Međunarodni Monetarni Fond (International Monetary Fund) u svoj izveštaju iz Aprila 2012 godine ocenio da su naprednije ekonomije, tokom prethodnih pet godina, stopu domaćeg duga povećale sa prosečnih 39% na 138%. U Danskoj, Islandu, Holandiji i Norveškoj, domaći dug je prelazio čak 200% nacionalnog dohotka. Istorijski visoke dugove su takođe imale i Estonija, Letonija, Litvanija i Mađarska. Krajem 2011 godine, domaće cene su pale na 41% u Irskoj, 29% na Islandu, 23% u Španiji i Sjedinjenim Državama i 21% u Danskoj.

NERAVNOTEŽA NA EVROPSKOM TRŽIŠTU

Mnogi, takođe, smatraju da je uzrok krize neravnoteža na tržištu. Smatra se da je Nemačka, u periodu od 1999 do 2007 godine imala mnogo veći javni dug i fiskalni deficit u odnosu na njen Bruto Domaći Proizvod, i da je zbog toga imala najveći uticaj na sadašnju krizu u Euro Zoni. U istom periodu, Portugalija, Irska Italija i Španija su imale mnogo gore pozicije plaćanja. Dok je Nemačka svoje trgovinske suficite povećavala, kao i procenat svog BDP-a posle 1999 godine, deficit Italije, Francuske i Španije je bivao sve gori.

Paul Krugman, američki ekonomista, napisao je da je 2009 godine trgovinski deficit zahtevao odgovarajući priliv kapitala u fondove, koji bi doveo do smanjena kamatnih stopa i stimulisao, za neko vreme, stvaranje „mehura“. Navala kapitala bi stvorila iluziju o bogatstvu tih zemalja, kao što su to radili američki zemljoposjednici, koji su povećavali cene svoje imovine, valuta je bila

stabilna i sve je izgledalo prilično dobro. Ali „mehur“ će uvek pući pre ili kasnije, i jučerašnja ekonomska čuda su propala, jer državna imovina je bila „isušena“, a njihovi dugovi ostajali ili su se povećavali. Trgovinski deficit je takođe mogao biti uzrokovan relativnim promenama u ceni radne snage, što je dovela do toga da radna snaga na Zapadu bude manje konkurentna i da povećala trgovinsku neravnotežu. Još od 2001 godine, jedinična cena radne snage u Italiji se povećala na 32%, skoro koliko i u Nemačkoj, dok se u Grčkoj ista ta cena mnogo brže povećavala nego u Nemačkoj tokom prošle decenije. Većina zemalja Evropske Unije su povećale troškove radne snage, sem Nemačke. One su dozvolile da plate rastu više brže nego produktivnost, što je dovelo do gubitka konkurentnosti. Ograničeni troškovi radne snage u Nemačkoj su važan faktor za nisku stopu nezaposlenosti.

Simon Johnson je objasnio da su nade spajanja u Euro Zoni pošle naopake. Euro je zarobio države u okviru tog deviznog kursa što je dovelo do velike verovatnoće da će se njihove ekonomije spojiti i u pogledu produktivnosti. A ako ne, radnici su bi se premeštali u zemljama sa većom produktivnošću. Zemlje Euro Zone sa održivim trgovinskim suficitom, kao na primer Nemačka, nisu videli zahvalnost svoje valute u odnosu na druge valute zemalja u Euro Zoni, sa postojećom valutom, eurom, zadržavajući svoj izvoz zapanjujuće jeftinim. Nemački trgovinski suficit unutar Euro Zone je opao 2011 godine pošto su njeni trgovinski partneri bili manje sposobni da pronađu potrebnu finansijsku pomoć za pokrivanje trgovinskog deficita, ali Nemački suficit van Euro Zone se uzdigao usled pada vrednosti eura u odnosu na američki dolar i druge valute.

STRUKTURALNI PROBLEMI SISTEMA EURO ZONE

Postoje strukturalne kontradikcije unutar sistema eura koji se naziva monetarnom unijom, zbog zajedničke valute, bez fiskalne unije (zajedničke takse, penzije i funkcije trezora). U sistemu Euro Zone, države su obavezne da slede isti fiskalni put, ali ne moraju da imaju zajednički trezor da bi to postigli. Zemlje sa istim monetarnim sistem imaju slobodu u fiskalnoj politici u opozivanju i rashodima. Tako, postoje neka slaganja oko monetarne politike i u Evropskoj Centralnoj Banci, gde države ne moraju ili bi trebalo da jednostavno izaberu da ne prate datu monetarnu politiku. Ovo je donelo fiskalnu slobodu perifernim ekonomija, posebno Grčkoj, koja ima velike poteškoće da kontroliše svoje nacionalne finansijske institucije. Čak, postoji problem gde Euro Zona ima sistem sa komplikovanom strukturom što joj onemogućava da brzo reaguje na probleme. Euro Zona sa svojim 17 članica, zahteva jednoglasno slaganje za proces donošenja odluka, što bi dovelo do pada u celom procesu zaštite spajanja drugih područja u Euro Zonu i bilo bi veoma teško za nju da brzo reaguje na probleme i da ih rešava.

NEFLEKSIBILNOST MONETARNE POLITIKE

Kada su članice Euro Zone uspostavile jedinstvenu monetarnu politiku, pojedinačne članice više nisu mogle da deluju nezavisno, da se zaštite od štampanja novca u cilju isplate kreditora i smanjenja rizika stvaranja deficita. Štampanjem novca, valuta tih zemalja je devalvirala u odnosu na Euro Zonu, kao njihovog trgovinskog partnera, što je dovelo do pojeftinjenja njihovog izvoza i potom i do poboljšanja trgovinskog bilansa, povećanja BDP-a i većih poreskih prihoda u nominalnom smislu. Obrnuto, sredstva koja su bila zadržana u valuti koja je devalvirala je pretrpela gubitke na strani onih koji su ih posedovali. Na primer, na kraju 2011 godine tekućih 25% pada kursa i 5% povećanja inflacije, investitori u Euro Zoni, zarobljeni u toj valuti, su doživeli prosečno smanjenje vrednosti otplate duga 30%.

GUBITAK POVERENJA

Prioritet razvoja za vreme krize bio je pretpostavka i za banke i regulatore da će glavni dug u Euro Zoni biti manji. Banke su imale značajne fondove obveznica od slabijih ekonomija, kao što je Grčka, koje su nudile male premije. Kako se kriza povećavala, postalo je očigledno da će Grčka kao i druge zemlje nuditi svoje obveznice sa znatno većim rizikom. Doprinos većini informacija o krizi u Evropi je bio sukob interesa banaka koje su zarađivale velike sume novca od otpisanih obveznica. Gubitak poverenja je obeležen rastom cena, što prouzrokuje tržišna očekivanja o kreditnoj sposobnosti zemalja. Investitori sumnjaju u mogućnosti kreatora politike da se nose sa krizom. Dok su zemlje koje su koristile euro kao svoju valutu imale nekoliko izbora kada je u pitanju monetarna politika (nisu mogle da štampaju novac u sopstvenoj valuti da isplate dužnike) određena rešenja su zahtevala multinacionalnu kooperaciju. Evropska Centralna Banka je imala mandat za kontrolu inflacije ali nije imala mandat za zapošljavanje, dok su Federalne Rezerve Sjedinjenih Američkih Država imale dvostruki mandat.

Prema pisanjima lista „The Economist“ kriza je više političke prirode, nego ekonomske. Nastala je kao rezultat činjenice da Euro Zona nije podržana od strane institucionalni mobilijara (i uzajamne solidarnosti obveznica) od strane države. Velika povlačenja od strane banka je dovela do slabljena Euro Zone kao što su Grčka i Španija. Bankarski depoziti u Euro Zoni su osigurani od strane vladinih agencija svake članice Zone pojedinačno. Ako bi banka propala, retko bi vlada bila u mogućnosti da upotpuni i blagovremeno izmire svoje obaveze, najčešće u eurima, ali postojala je i mogućnost da mogu da napuste euro i vrate svoju nacionalnu valutu, dok su depoziti u eurima sigurniji u Nemačkim i Austrijskim bankama nego u Grčkim ili Španskim.

U junu 2012 godine, većina Evropskih bankarskih sistema je bilo pod velikim pritiskom, posebno u Španiji. Žeđ za kapitalom, pogotovo banaka, doprinela je zamrzavanju finansiranja tržišta i međubankarskog pozajmljivanja, što je mnoge

investitore zabrinulo da su banke mogle da prikrivaju svoje gubitke ili izgube poverenje jedna u drugu.

Takođe u Junu 2012 godine, euro je doživeo novi pad. Postoji izveštaji po kojima su bogataši svoje bogatstvo premeštali u zemlje koje nisu članice Euro Zone. U periodu Jun 2011 – Jun 2012 Španija je izgubila 286 milijardi eura, a Italija 235 milijardi eura. Sve zemlje Mediterana su izgubile sredstva u vrednosti 10% BDP-a. Mario Draghi, predsednik Evropske Centralne Banke nazvao je Evropski sistem depozitnom nesigurnošću, koja zahteva da Evropske političke institucije stvore efektivna rešenja za probleme koji nisu u moći Evropske Centralne Banke.

VIŠENJA AGENCIJA ZA REJTING

S&P (Standard and Poor's) je američka kompanija koja se bavi objavljivanjem finansijskih istraživanja i analize sa berze. Ona je 15 članica Euro Zone, u Decembru 2011 godine, svrstala u zonu sa lošim implikacijama, odnosno lošim rejtingom. Dat je izveštaj u kome je navedeno pet osnovnih razloga, odnosno faktora zbog kojih su 15 članica Euro Zone izgubile reputaciju u svetu kao zemlje koju su stabilne u svakom smislu, ekonomskom i političkom. S/& navodi sledeće razloge:

1. Kreditni uslovi širom Euro Zone su veoma slabi, odnosno oskudni,
2. Veoma visok rizik za investiranje,
3. Kontinuirano neslaganje kreatora Evropske politike kako da odmah reše pitanje gubitka poverenja u Evropsko tržište, dugoročno, i kako da osiguraju veće ekonomsko, finansijsko i fiskalno spajanje među članica Euro Zone,
4. Visok nivo zaduženosti vlada i domaćinstava širom Euro Zone i
5. Povećani rizik od ekonomske recesije u Euro Zone tokom 2012 godine.

Stručnjaci iz ove agencije prognoziraju pad domaćeg proizvoda sledeće godine u Španiji, Portugaliji i Grčkoj i predviđaju da je mogućnost pada i do 40% u čitavoj Euro Zoni.

RAZVOJ KRIZE

Prvih nedelja 2011 godine, bilo je novih briga oko prekomernog nacionalnog duga, gde su zajmodavci zahtevali veće kamatne stope što je veći nivo zaduženja i deficit za nekoliko zemalja članice Euro Zone. Ovo je predstavljalo mnoge teškoće za vlade nekih zemalja da pokrivaju svoj deficit u budžetu i postojeće dugove delom kada je nivo ekonomskog rasta bivao sve manji i kada je visok procenat duga bio u rukama stranih kreditora, kao što je to u slučaju Portugalije i Grčke.

Neke vlade su se fokusirale na stoge mere kao što su viši porezi i niži troškovi koji su doprineli socijalnom nemiru i velikim neslaganjima među

ekonomistima, među kojima su mnogi bili pristalice tih deficita dok su se privrede borile sa krizom. To je bilo posebno izraženo u zemljama gde su budžetski deficiti i spoljna zaduženja bila mnogo povećana. Kriza poverenja je nastala sa proširenjem polja trgovanja obveznicama i rizika osiguranja u zemljama koje su članice Evropske Unije, posebno u Nemačkoj. Krajem 2011 godine, Nemačka je procenila da joj je potrebno više od 9 milijardi eura da bi izašla iz krize, dok su investitori želeli sigurniju kamatnu stopu, koja je skoro dostizala nultu vrednost nemačkih državne obveznica. U Julu 2012 godine, Austrija, Holandija i Finska su dostigle nultu kamatnu stopu. Gledajući kratkoročne državne obveznice koje su mlađe od godinu dana, tu su imale koristi i Belgija i Francuska.

Švajcarska je, takođe, profitirala od niskih kamatnih stopa, ali je ipak bila pogođena krizom. Velike količine stranog kapitala su premeštane u Švajcarsku da bi se sredstva zaštitila od krize. Ovo je rezultiralo precenjivanjem Švajcarskog Franka i povećanju njegove vrednosti u odnosu na euro i druge valute koje su doživele ozbiljan gubitak vrednosti. Credit Suisse je zahtevala od Švajcarske Narodne Banke (The Swiss National Bank) da poveća kapitalizaciju. Švajcarska Nacionalna Banka je konstatovala da je franak visoko precenjen i da postoji rizik od deflacije u Švajcarskoj. Zato je objavljeno da će biti kupljena strana valuta u neograničenim količinama ako kurs euro – franak padne ispod 1,20 CHF. Kupovina eura je dovela do povećanja vrednosti eura. Kriza je oštetila Švajcarski izvozni sektor usled značajnog priliva stranog kapitala i rezultirala je povećanjem vrednosti Švajcarskog Franka. U Septembru 2011 godine Švajcarska Narodna Banka je iznenadila trgovce valutom obećavajući da „više neće tolerisati kurs euro – švajcarski franak ispod minimalne stope od 1,20 franka“, što je efektno dovelo do slabljenja Švajcarskog Franka. Ova intervencija, da Švajcarska Narodna Banka mora da smanjuje vrednost sopstvene valute kako bi spasila euro, bila je njena najveća intervencija još od 1978 godine.

Postojao je veliki problema da bi kriza mogla da se proširi i na druge zemlje, posebno one iz okruženja, nakon što su privrede članica Euro Zone izgubile poverenje od strane investitora i kreditora. Finansijski Politički Komitet Velike Britanije je istakao da „Evropsko tržište treba da se fokusira da zadrži svoju poziciju i da sačuva svoj bankarski sistem od sloma“. Pored toga Irska je objavila da je njen deficit u budžetu iznosio 2010 godine 32,4% BDP-a, Portugalija 9,1%, dok je i Španija, takođe, spadala u zemlje sa visokim nivoom rizika. Grčka je bila zapamćena kao jedna visoko industrijalizovana zemlja, ali se i ona susrela sa problemima na tržištu zbog visokog nivoa spoljnog duga. Čak i države poput Nemačke, Velike Britanije pa čak i Sjedinjenih Američkih Država su imale kritične momente u trenutku kada su investitori izbegavali javne prodaje obveznica usled brige o javnim finansijama i privredi.

U Oktobru 2012 godine rizik za druge članice Euro Zone se znatno smanjio zbog uspešnog konsolidovanja i primene strukturalnih reformu u zemljama sa najvećim stepenom rizika od ekonomskog sloma. Pored ove i koristeći se drugim političkim merama koje su sprovodili lideri Evropske Unije i Evropske

Centralne Banke, značajno se poboljšala finansijska stabilnost u Euro Zoni. U Septembru 2012 godine, posmatrajući prosečne dugoročne kamatne stope, jedino su se 4 od 17 članica Euro Zone (Grčka, Slovenija, Kipar i Portugalija) borile sa stopama većim od 6%.

Budžetski deficit u Italiji je iznosio 4,6% BDP-a u 2010 godini, blizu onom koji je u istom periodu bio zastupljen i u Nemačkoj (4,3%), a manji nego u Britaniji i Francuskoj. Ali se njen dug povećao sa na skoro 120% BDP-a i njena stopa privrednog rasta je bila manja od proseka u celoj Evropskoj Uniji skoro deceniju. Ovo je dovelo do toga da investitori vide Italijanske državne obveznice kao visoko rizične.

Javni dug Francuske u 2010 godini je bio blizu 2,1 hiljadu milijardi američkih dolara, što iznosi oko 83% njenog BDP-a i sa budžetskim deficitom od 7% BDP-a. U Decembru 2011 godine Francuske državne obveznice su bili vredno 4,3 milijarde eura, dok je u Februaru 2012 polje njenih obveznica palo na 2,84%.

Ujedinjeno Kraljevstvo ima najveći strani dug od bilo koje Evropske zemlje koji iznosi 7300 milijardi eura ili 117 580 eura duga po stanovniku, zbog velika udela u finansijskoj industriji, koja je usko povezana sa Sjedinjenim Državama i Euro Zonom. 2012 godine Britanska privreda je bila u recesiji, koja je bila zahvaćena smanjenom privrednom aktivnošću u Evropi. Engleska Banka (Bank of England) je stvorila značajna sredstva da bi se smanjila kamata Britanske Banke (U.K. Banka) za kredite domaćim preduzećima.

HITNE MERE

U Maju 2010 godine, 27 članica Evropske Unije se složilo da se stvori Evropsko Finansijsko Postojanje za Stabilnost (European Financial Stability Facility - EFSF), zakonski instrument za očuvanje finansijske stabilnosti u Evropi koje bi obezbedilo finansijsku pomoć državama Euro Zone koje se bore sa krizom. EFSF može da izdaje obveznice ili druge dužničke instrumente na tržištu uz podršku Nemačke Kancelarije za Upravljanje Dugom (German Debt Management Office) da bi se obezbedili krediti da se pokriju dugovi zemalja sa finansijskim problemima.

Izdavanje obveznica su potkrepljene garancijom data od strane članica Euro Zone u proporciji sa njihovim udelom plaćenim kapitalom od Evropske Centralne Banke. 440 milijardi eura raspoloživog kapaciteta za pozajmljivanje je garantovano od vlada zemalja Euro Zone i može biti kombinovana sa kreditima do 60 milijardi eura od strane Evropskoj Finansijskog Stabilizacionog Mehanizma (European Financial Stabilisation Mechanism) i 250 milijardi eura od Međunarodnog Monetarnog Fonda da bi se dobila finansijska sigurnost od 750 milijardi eura (neto).

U novembru 2011 godine ministri finansija članica Euro Zone su se složili da stvore sertifikate da prošire EFSF, koji bi mogli da garantuju do 30% novih emisija obveznica u Euro Zoni, i da stvore investiciona sredstva koja bi mogla

povećaju moć EFSF-a da interveniše na primarnom i sekundarnom tržištu obveznica.

U Januaru 2011, Evropska Unija je stvorila Evropski Finansijski Stabilizacioni Mehanizam, hitni program za finansiranje fondova na finansijskim tržištima koja je garantovana od strane Evropske Komisije koristeći budžet Evropske Unije kao zalog. Ona se nalazi pod kontrolom Evropske Komisije i njen cilj je očuvanje finansijske stabilnosti u Evropi obezbeđujući finansijsku pomoć članicama Evropske Unije koje imaju ekonomskih problema. Fond Evropske Komisije ima sredstava oko 60 milijardi eura.

Evropska Centralna Banka je preuzela niz mera usmerene na smanjenje kolebljivosti na finansijskim tržištima i na poboljšanje likvidnosti. U Maju su preduzete sledeće mere:

- Započela je operacije otvaranja tržišta, kupujući privatne i državne dugove, čime je dostigla 219,5 milijardi eura sredstava u Februaru i apsorbovala istu količinu likvidnosti da bi se sprečio rast inflacije,
- Promenila svoju politiku da bi se stvorio potrebnii kreditni rejting za kreditne depozite, prihvatajući kao zalog sve nove dužničke instrumente i
- Zajedno sa Američkim Federalnim Rezervama, Centralnom Bankom Kanade, Japana i Britanije i Narodnom Bankom Švajcarske, obezbedila je globalna finansijska tržišta sa dodatnom likvidnošću za odbranu od krize i podržala razvoj privrede.

REORGANIZACIJA EVROPSKOG BANKARSKOG SISTEMA

U Junu 2012, Evropska Centralna Banka zajedno sa ostalim evropskim liderima, postigla je plan da ona postane regulatorna banka i da formira program za osiguranje depozita. Druge privredne reforme, koje će promovisati rast Evropske privrede i stope zaposlenosti, su, takođe, bile predložene.

Mnoge kritike su bile upućena na račun reformi koja je Evropska Unija predložila da bi se izvukla iz krize. Nezavisno istraživanje Međunarodnog Monetarnog fonda je našlo za shodno da su kreatori politike konstantno potcenjivali katastrofalan efekat strogih rezova troškova u privrednom rastu. Dostupnost novih kredita u zemljama koje nisu mnogo zadužene se ne mogu poistovetiti sa oživljavanjem privrede. „Dok je novac dostupan na stolu, taj novac predstavlja uslov svim ovim zemljama, obavljajući fiskalno prilagođavanje i strukturalne reforme.“

Usporeni rast stope BDP-a odgovara usporenom rastu stope prihoda od poreza i većoj sigurnosti neto potrošnje, povećajući deficit i nivo zaduženja. „Centralni Evropski problem je nedostatak rasta. Italijanska privreda nije doživela rast skoro deceniju. Nikakvo restruktuiranje dugovanja neće uroditi plodom ako privreda stagnira i sledeću deceniju. Činjenica je da se Zapadne ekonomije - sa visokim platama, velikodušne subvencije srednje klase i kompleksne regulacije i porezi - danas suočavaju sa pritiskom od strane

stanovništva, tehnologije (koja je omogućila kompanijama da urade mnogo više sa manje ljudi) i procesa globalizacije (koja je omogućila proizvodnju i usluge širom sveta)“. Da bi se Evropska privreda oporavila od krize, koja je uzrokovana najvećim delom budžetskim deficitom, neophodno je da Evropa podrži niže plate i da obezbedi veća inostrana kapitalna ulaganja.

Britanski ekonomski historičar Robert Skidelski (Robert Skidelsky) se ne slaže sa ovakvom konstatacijom. On kaže da prekomerni bankarski krediti stvaraju krizu, a ne budžetski deficit. Katastrofalno veliki dugovi su odgovor na ekonomsko nazadovanje, koje je nastalo dok se se povećavali troškovi, a padali prihodi od poreza.

Da bi se poboljšala situacija, zemlje u krizi moraju značajno da povećaju svoju međunarodnu konkurentnost. Ovo se najčešće radi obezvređivanjem valute, kao što je to u slučaju Irske, koja je doživela najveću finansijsku krizu u periodu od 2008 do 2011 u ekonomskoj istoriji.

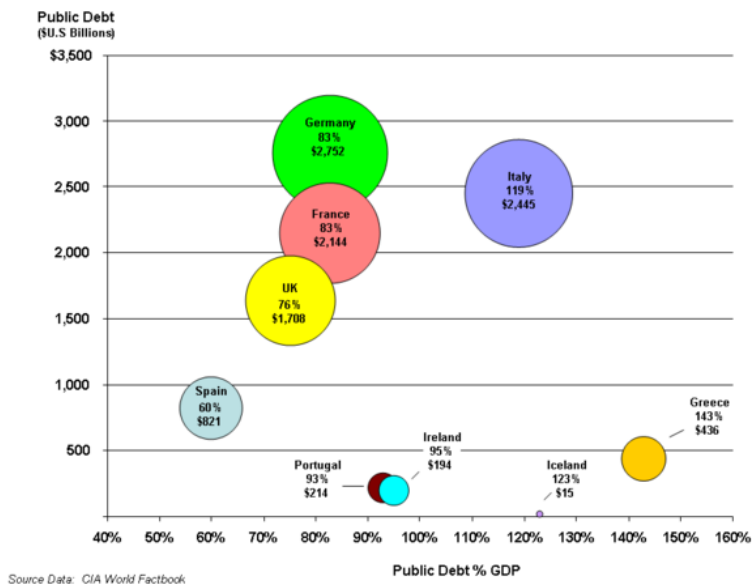
Pošto zemlje članice Euro Zone ne mogu da obezvrede svoju valutu, kreatori ekonomske politike pokušavaju da povrate konkurentnost kroz međunarodnu devalvaciju, bolni ekonomski proces prilagođavanja, gde država pokušava da smanji troškove po jedinici radne snage.

Nemački ekonomista Hans-Werner Sinn je naveo da je Irska bila jedina zemlja koja je primenila umerenost u platama u poslednjih pet godina, što je pomoglo da se smanje relativne zarade na nivou od 16%. Grčka će morati da još radi na ovome i da smanji nivo plata ispod 31%, da bi dostigla nivo Turske.

ZAKLJUČAK

U Novembru 2011, Lisabonski Savet je objavio izveštaj prema kome je većina članica Euro Zone u procesu brzih reformi. „Mnoge od ovih zemalja moraju da se prilagode reformama da bi izašle iz krize. Neke čak dostižu najveći rast na putu povratka finansijske ravnoteže i spoljne konkurentnosti“. Grčka, Irska i Španija su među prvih pet zemalja koje su na najbolji način sprovele reforme, a Portugalija je rangirana sedma od 17 članica.

Slika 1. Iznos javnog duga i odnos javnog duga prema BDP



LITERATURA

1. Swiss Pledge Unlimited Currency Purchases Bloomberg, 6 September 2011, Pristup 06.09.2011.
2. The Euro's PIG-Headed Masters. Project Syndicate. 03.06.2011.
3. "How the Euro Became Europe's Greatest Threat". Der Spiegel. 20.06.2011.
4. "Long-term interest rate statistics for EU Member States". ECB. 13.11.2012.
5. "Grexit Greek Exit From The Euro". Maxfarquar.com. Pristup 16.05.2012.
6. "Grexit – What does Grexit mean?". Gogreece.about.com. 10. april 2012. Pristup 16.05.2012.

TROŠKOVI PREDUZEĆA

Anela Feratović

Student 3. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Preduzeća ili preduzetničke organizacije su privredni subjekti u kojima se obavljaju ciklusi reprodukcije na bazi društvene podele rada. Ovi organizacioni sistemi predstavljaju samostalne subjekte društvene reprodukcije, koji se povezuju u makroekonomski sistem cirkulacijom vrijednosti u pojedinim fazama: proizvodnji, razmeni i potrošnji. Svaki put kada se neki od resursa u preduzeću uloži u proces proizvodnje: npr. materijalni u obliku tekuće ili stalne imovine, finansijska imovina te čovjekov fizički ili umni rad, a zbog stvaranja učinaka u obliku proizvoda ili usluge prouzrokuje se trošak. U procesu stvaranja zarade pojava troškova je nužno.

Osnovni motiv organizovanja proizvodnje u preduzeću jeste profit. Profit je deo novonastale vrednosti koja ostaje preduzeću nakon podmirenih svih troškova proizvodnje. Pošto je profit neophodan uslov njegove egzistencije, preduzeće nastoji u što većem stepenu poboljšati svoju profitabilnost i time ostvariti veći profit. Troškovi, koji nastaju u procesu proizvodnje, su činioци od kojih profitabilnost poslovanja preduzeća najviše zavisi.

PODELA TROŠKOVA

Troškovi predstavljaju u novcu izraženu vrednost utrošenih resursa u proizvodnji novih ili stvaranju određenih učinaka. U užem smislu pod troškovima se smatra potrošnja resursa zbog izrade novih proizvoda. Troškovi shvaćeni na ovaj način imaju karakter prenete vrednosti. Prema pojmovnom određenju u najužem smislu troškovi predstavljaju svesno uništavanje korisnih resursa u procesu proizvodnje s namerom da se u zamenu za to dobiju još korisniji proizvodi, odnosno neki drugi učinci. Može se reći da troškovi predstavljaju vrednosno izražene utroške rada, materijala, trajne i tekuće imovine te tuđih usluga zbog ostvarivanja određenih učinaka (proizvod, roba ili usluga). Iz ovog pojmovnog određenja vidljivo je da se naglasak stavlja na vrste troškova.

Podelu troškova moguće je izvršiti prema brojnim kriterijima i to:

- Prema elementima proizvodnje: troškovi materijala, sredstava za rad i troškovi radne snage
- Prema mjestu nastanka: troškovi režijskih poslova i proizvodnog izvršenja
- Prema vezanosti za nosioce: pojedinačni i zajednički

- Prema načinu obračuna po nosiocima: direktni i indirektni
- Prama uslovljenosti proizvodnjom i njenom pripremom: fiksni, relativno fiksni i proporcionalni

Svako preduzeće ima drugačiju strukturu troškova, koja se razlikuje zavisno od vrste i veličine preduzeća, područja na kome preduzeće posluje, organizacije, broja zaposlenih itd. Kako faktori koji se angažuju u procesu proizvodnje mogu biti fiksni i varijabilni, tako i troškovi u preduzeću mogu biti fiksni i varijabilni. Razlikujemo troškove u kratkom i dugom vremenskom periodu. Ova podjela proizilazi iz činjenice što su u kratkom vremenskom periodu neki inputi u proizvodnji fiksni, a neki varijabilni, dok su u dugom vremenskom periodu svi inputi u proizvodnji varijabilni. Troškovi nisu nepromenljiva kategorija. Oni se kontinuirano menjaju u zavisnosti od promene korišćenja proizvodnog kapaciteta. Zbog toga se fiksni i varijabilni troškovi nazivaju još i troškovima kapaciteta.

KAPACITET PREDUZEĆA

Pod kapacitetom industrijskog preduzeća podrazumeva se njegova proizvodna sposobnost u određenom vremenskom periodu. To je ona proizvodnja koju preduzeće u određenom vremenskom periodu može da ostvari pri punom korišćenju mašina i ostalih proizvodnih uređaja i pri punom uposlenju radne snage. Kod kapaciteta razlikujemo dve kategorije: tehnički i ekonomski kapacitet. Tehnički kapacitet obuhvata: maksimalni, minimalni i normalni kapacitet.

Maksimalni kapacitet se naziva i teoretski jer ga je veoma teško, skoro nemoguće dostići. On predstavlja maksimalnu moguću proizvodnju koju bi preduzeće moglo ostvariti u određenom vremenskom periodu pri maksimalnom opterećenju svih osnovnih sredstava i uz isključenje svih troškova. Dakle 100 % korišćenja kapaciteta.

Normalni kapacitet (radni ili realni) odražava se u onoj proizvodnji koju preduzeće pod redovnim, normalnim uslovima ostvaruje i to sa normalnim gubicima (troškovima).

Minimalni kapacitet predstavlja veoma slabo iskorišćenje nekog osnovnog sredstva u dužem vremenskom periodu, tako da je ono predimenzionirano, neodgovarajuće za određenu vrstu proizvodnje i racionalnije bi bilo zamijeniti ga novim osnovnim sredstvom manjeg kapaciteta koje će se moći potpunije iskoristiti.

Ekonomski (optimalni) kapacitet je onaj pri kome su troškovi po jedinici proizvodnje najniži tj, pri kome je ostvaren najviši stepen ekonomičnosti u proizvodnji. Kada obim proizvodnje prekorači optimalni kapacitet u pravcu u pravcu maksimalnog kapaciteta, ekonomičnost se smanjuje, jer troškovi po jedinici proizvoda rastu. U najvećem broju slučajeva optimalni kapacitet leži pri stepenima zaposlenosti između 75-90%. Za svako preduzeće je neophodno tačno utvrđivanje kapaciteta, jer tek kada je veličina kapaciteta tačno utvrđena,

preduzeće može da ustanovi kojim intenzitetom koristi svoj proizvodni kapacitet i koliko visoki će pri tom biti troškovi. Ovo je naročito važno zbog toga što između intenziteta korišćenja kapaciteta i troškova preduzeća postoje određeni uzajamni odnosi, a posebno kod onih preduzeća kod kojih su troškovi kapaciteta visoki.

Pri ispitivanju kako stepen korišćenja kapaciteta utiče na pojedine vrste troškova, može se uočiti da postoje izvjesni troškovi na koje kapacitet nema uticaja (fiksni troškovi), a postoje i takvi troškovi na koje ima uticaja (varijabilni ili promjenjivi).

FIKSNI TROŠKOVI

Fiksni troškovi ne reaguju na oscilacije stepena korišćenja kapaciteta. Dele se na: apsolutno fiksne i relativno fiksne. Visina ukupnih fiksnih troškova preduzeća je pri postojećem, neproširenom kapacitetu stalna i od obima proizvodnje nezavisna. Ovi troškovi su najvećim dijelom uslovljeni tehničko proizvodnom opremom preduzeća, veličinom proizvodnog kapaciteta, pa se nazivaju i troškovima proizvodne pripremljenosti. Postoje je visina fiksnih troškova uslovljena određenom veličinom kapaciteta ovi troškovi se nazivaju i troškovima kapaciteta. Svako povećanje kapaciteta povećava i fiksne troškove, ali takvo povećanje nije prouzrokovano porastom stepena korišćenja kapaciteta, nego novim osnovnim sredstvima pomoću kojih se postojeći kapacitet proširuje. Pored fiksnih troškova koji su uslovljeni kapacitetom i koji postoje i onda kada preduzeće ne proizvodi (to su: vremenska amortizacija osnovnih sredstava, troškovi osiguranja, kamate, troškovi održavanja, razne zakupnine, itd.), pojavljuju se i fiksni troškovi koji su uslovljeni neposredno proizvodnjom, kao što su: lični dohoci radnika koji upravljaju mašinama i drugim proizvodnim uređajima, lični dohoci inženjera, znatan deo troškova pogonske i upravne režija, kontrole itd. Visina ukupnih fiksnih troškova je stalna i od obima proizvodnje nezavisna. Međutim, posmatrani u odnosu na jedinicu proizvoda, fiksni troškovi su promenljivi. Što se intenzivnije koristi instalisani kapacitet preduzeća, fiksni troškovi po jedinici proizvoda biće sve niži, jer se ukupni fiksni troškovi preduzeća tada raspodeljuju na sve veći broj proizvoda. U odnosu na jedinicu proizvoda, fiksni troškovi su obrnuto srazmjerni obimu proizvodnje.

Smanjenje fiksnih troškova po jedinici proizvoda pri porastu stepena korišćenja kapaciteta može se prikazati sljedećom formulom:

$$ft = F / X$$

gdje je:

- ft - fiksni trošak po jedinici proizvoda
- F - ukupni fiksni troškovi
- X – broj proizvedenih jedinica

APSOLUTNO FIKSNI TROŠKOVI

Apsolutno fiksni troškovi su takvi troškovi čija je apsolutna visina potpuno nepromenljiva i potpuno nezavisna od intenziteta korišćenja kapaciteta. Ove troškove svako industrijsko preduzeće mora da snosi u njihovoj ukupnoj visini već od svog osnivanja i oni se ne mogu smanjiti ni onda kada je preduzeće primorano da privremeno obustavi proizvodnju i poslovanje. U ove troškove spadaju: vremenska amortizacija, kamata na osnovna sredstva, troškovi osiguranja osnovnih sredstava od požara, loma itd., troškovi održavanja i čuvanja, lični dohoci osoblja koje preduzeće mora da drži i kad je privremeno obustavilo proizvodnju, zatim razne zakupnine, doprinosi itd. Ovi troškovi su uslovljeni kapacitetom tako da oni postoje čak i kada se privremeno obustavi proizvodnja, jer i tada preduzeće mora da plaća osiguranje, da uplaćuje dospjelu amortizaciju kod banke, da plaća kamatu na osnovna sredstva itd. Dakle, za vreme dok se ne proizvodi, pri nultom stepenu korišćenja kapaciteta, ukupni troškovi preduzeća su jednaki njegovim apsolutno fiksnim troškovima.

RELATIVNO FIKSNI TROŠKOVI

Relativno fiksni troškovi su takvi troškovi čija ukupna visina ostaje nepromenjena samo u pojedinim slojevima proizvodnje (zona kapaciteta). Međutim, kada obim proizvodnje premaši određene stepene kapaciteta, pojavljuju se novi fiksni troškovi koji izazivaju skokoviti rast ukupnih fiksnih troškova. Ovi troškovi javljaju se pri prelasku iz jedne zone obima proizvodnje u drugu. Poznato je da su apsolutno fiksni troškovi fiksni, stalni, u jednoj zoni. Međutim, kada preduzeće odluči da proširi kapacitete, da poveća obim proizvodnje, onda dolazi do naglog skoka fiksnih troškova. To je slučaj kada se uvodi druga i treća smjena u proizvodnju, nove serije modela i sl. Tada se pojavljuju troškovi nove radne snage za novu smjenu, plate radnika u toj smjeni, novi dodatni troškovi oko pripreme nove proizvodnje, troškovi ogreva, osvetljenja, mašine pošto rade u više smjena, češće se kvare, povećavaju se režijski troškovi i sl.

VARIJABILNI TROŠKOVI

Varijabilni (promjenjivi) troškovi su takvi troškovi koji reaguju na svako povećanje kao i smanjenje obima proizvodnje. Ovi troškovi neposredno su uslovljeni proizvodnjom. Između količine proizvedenih proizvoda i ukupne visine varijabilnih troškova postoji određena funkcionalna zavisnost. Postoje varijabilni troškovi koji se potpuno prilagođavaju oscilacijama stepena korišćenja kapaciteta. Svako povećanje obima proizvodnje povući će za sobom proporcionalno povećanje ukupnih troškova. Takvi varijabilni troškovi nazivaju se proporcionalnim troškovima. Pored proporcionalnih troškova, postoje i varijabilni troškovi koji se ne prilagođavaju srazmerno oscilacijama stepena

kapaciteta. Povećanje obima proizvodnje imaće za posledicu i povećanje ovih troškova, ali ne u istoj srazmjeri u kojoj se proizvodnja povećava. Takvi neproporcionalni varijabilni troškovi, koji rastu usporenijim intenzitetom od porasta stepena kapaciteta, nazivaju se degresivnim ili ispod proporcionalnim troškovima. Varijabilni troškovi, čiji je rast jači od rasta stepena korišćenja kapaciteta, nazivaju se progresivnim troškovima.

PROPORCIONALNI TROŠKOVI

Proporcionalni troškovi se srazmerno prilagođavaju oscilacijama stepena korišćenja kapaciteta. Ovi troškovi su elastični. Povećanje stepena korišćenja kapaciteta proporcionalno utiče na povećanje ukupnih proporcionalnih troškova preduzeća. Isto tako, svako smanjenje obima proizvodnje izaziva smanjenje ukupnih troškova, srazmerno smanjenju proizvodnje.

Ukupni proporcionalni troškovi preduzeća se mogu izračunati sljedećom formulom:

$$VT = vt / x$$

- gdje je: VT – ukupni proporcionalni trošak
- vt – proporcionalni trošak po jedinici proizvoda
- x broj jedinica proizvoda

U proporcionalne troškove spadaju troškovi materijala za izradu (osnovnog materijala), deo pomoćnog materijala, lični dohoci izrade, troškovi pakovanja i ekspedicije, ambalaža i znatan deo troškova prodaje. Proizvodnja i prodaja u preduzeću neposredno uzrokuju proporcionalne troškove.

DEGRESIVNI TROŠKOVI

Kao ukupni troškovi degresivni troškovi rastu pri povećanju stepena korišćenja kapaciteta, ali u slabijoj meri od porasta stepena korišćenja kapaciteta. Degresivni troškovi su složeni, mešoviti i sastoje se od fiksnih i varijabilnih troškova. Degresivni troškovi su tipična pojava u svim granama industrije, u kojima tehnološka priroda proizvodnog procesa uslovljava intenzivno učešće osnovnih sredstava u procesu proizvodnje. Jaka degresija troškova tipična je pojava u električnim centralama, u plinarama, u rafinerijama nafte, u automatskim mlinovima, u topioničkoj industriji, u velikoj hemijskoj industriji, zatim kod saobraćajnih preduzeća. Ukoliko je veći udeo fiksnih troškova u ukupnim troškovima, utoliko će degresija troškova biti jača, pa će preduzeće morati intenzivnije da koristi proizvodni kapacitet da bi što ekonomičnije poslovalo. Pri niskim stepenima korišćenja kapaciteta, troškovi po jedinici proizvoda su visoki zbog neiskorišćenih fiksnih troškova, tj. zbog toga što su kvote fiksnih troškova po proizvodu, zbog malog broja proizvoda visoke. Što se proizvodnja više povećava, troškovi po jedinici proizvoda postaju sve niži.

PROGRESIVNI TROŠKOVI

Progresivni karakter imaju troškovi koji rastu pri povećanju obima proizvodnje ali u jačoj mjeri od porasta obima proizvodnje. Posmatrani u odnosu na jedinicu proizvoda, ovi troškovi pri porastu obima proizvodnje takođe rastu. Progresija troškova je posledica preopterećenja radne snage i osnovnih sredstava. Kada je neko preduzeće preopterećeno porudžbinama koje su vezane za određene rokove isporuke, biće primorano da uvede prekovremeni rad. Tada dolazi do bržeg zamaranja ljudi što se ispoljava u opadanju stepena učinka kod radnika, kao i do većeg loma rastura materijala itd. Povećanje potrošnje materijala ispoljava se u povećanju proporcionalnih troškova, što dovodi do promene njihovog karaktera. Zbog znatne užurbanosti u proizvodnji, manje brižljivo se rukuje sa raznim mašinama, tako da češće dolazi do kvara na njima. To iziskuje troškove opravke, koji nekada mogu biti i znatni. Pored toga rastu i troškovi osvetljenja i ogreva koji su pretežno degresivnog karaktera, pa i kod ovih troškova često može doći do izmjene u njihovom karakteru. Kao što se iz izloženog može uočiti, preopterećenje u proizvodnji prouzrokuje povećane troškove. Pre svega kod proporcionalnih troškova dolazi do povećanja ličnih dohodaka zbog prekovremenog rada, koji se skuplje plaća. Kod troškova materijala, naročito osnovnog, zbog većeg rastura i većih otpadaka dolazi do osjetnijeg povećanja ovih troškova. Kao što se vidi, progresije ukupnih troškova u preduzeću izazivaju varijabilni troškovi. Fiksni troškovi ne mogu nikada izazvati progresiju troškova, jer oni po jedinici proizvoda stalno opadaju sve do tehničke granice kapaciteta. Obično je progresija troškova prolazne prirode, i to traje sve dok je preduzeće preopterećeno. Čim se obim proizvodnje smanji i kad stepen korišćenja kapaciteta opet dospije u zonu optimalnosti, progresija troškova prestaje i troškovi po jedinici proizvoda opet dostižu minimum.

RAZVOJNI PUT TROŠKOVA

Razvojni tok troškova pokazuje nam kako se troškovi ponašaju pri različitim stepenima korišćenja kapaciteta kao i veoma bitne informacije za preduzeće o tome kako dostići što bolji finansijski rezultat uz što niže troškove. Razvojni tok troškova nam pruža pregled troškova u tri zone stepena korišćenja kapaciteta: zona degresije, zona optimalnosti i zona progresije. Pri nultom stepenu korišćenja kapaciteta, ukupni troškovi preduzeća sastoje se samo iz troškova kapaciteta tj. iz apsolutnih fiksnih troškova. Povećanjem obima proizvodnje, od nultog do viših i visokih stepena korišćenja kapaciteta, pored apsolutno fiksnih troškova, pojavljuju se varijabilni troškovi koji su uslovljeni proizvodnjom i rastu sa obimom proizvodnje. Tada fiksni i varijabilni (degresivni) troškovi usporavaju proporcionalni rast ukupnih troškova. Ukupni troškovi rastu sa povećanjem obima proizvodnje ali rastu ispod proporcionalno obimu proizvodnje. Troškovi po jedinici proizvoda opadaju što je uslovljeno degresijom fiksnih troškova, a pored toga još i opadanjem pojedinih vrsta

varijabilnih troškova po jedinici proizvoda, dok proporcionalni troškovi po jedinici ostaju više ili manje isti. Zona u kojoj ukupni troškovi preduzeća pri povećanju stepena korišćenja kapaciteta rastu ispod proporcionalno, a prosječni troškovi po jedinici opadaju, naziva se zona degresije. Kada stepen korišćenja kapaciteta prekorači granicu degresije i ide prema još višem obimu proizvodnje, troškovi po jedinici proizvoda više neće opadati. Ukupni troškovi preduzeća tada jedno kratko vrijeme proporcionalno rastu, dok troškovi po jedinici proizvoda ostaju konstantni i imaju karakter proporcionalnih troškova. Zona u kojoj ukupni troškovi proporcionalno rastu i u kojoj je visina prosječnih proizvodnih troškova po jedinici proizvoda najniža, naziva se zona optimalnosti.

Zona optimalnosti leži kod svakog industrijskog preduzeća na različitoj visini, što u svakom preduzeću treba tačno ustanoviti. U najvećem broju preduzeća, ova zona leži kod visokih stepena korišćenja kapaciteta (80% - 90%). U okviru zone optimalnosti, proizvodnja je najekonomičnija. Proizvodni troškovi po jedinici proizvoda ovde su najniži. U zoni optimalnosti faktori proizvodnog procesa su najpovoljnije iskorišćeni i najbolje su međusobno usklađeni. Kada stepen korišćenja kapaciteta prekorači zonu optimalnosti, celokupni troškovi preduzeća progresivno rastu. Ovo uslovljava i porast prosečnih troškova po jedinici proizvoda. Zona u kojoj ukupni troškovi preduzeća, kao i prosječni troškovi po jedinici proizvoda progresivno rastu, naziva se zonom progresije. U ovoj zoni progresija troškova je utoliko jača ukoliko se stepen korišćenja kapaciteta više udaljava od zone optimalnosti.

ZAKLJUČAK

Iz prethodnog izlaganja se vidi da troškovi, kao takvi ne mogu i ne smeju biti zanemareni. Profitabilnost direktno zavisi od uspešnog i racionalnog upravljanja troškovima. Posebno je bitno za preduzetnika koji počinje nov posao da odradi temeljnu analizu troškova pokretanja novog biznisa kako bi se predupredila i ne tako mala stopa smrtnosti novih malih i srednjih preduzeća od kojih 60% na doživi petu godinu poslovanja. Podaci koji se dobijaju iz svih ovih analiza neiskorišćenih resursa, odnosno, unutrašnjih rezervi, treba da budu korišćeni u svrhu pronalaženja načina za njihovo korišćenje na pravi način i u što većoj mjeri ili za traženje nekih drugih rješenja da bi se njihova neiskorišćenost svela na što je moguće manju mjeru. To bi bila, na primjer, prodaja osnovnih sredstava koja se ne koriste, otpuštanje viška radne snage, razvijeni kontrolni mehanizmi raznih oblika, počev od kontrole kvaliteta, pa do sprečavanja otuđivanja, nemara i sl.

LITERATURA

1. Tomić D. (1995) Mala preduzeća- velika šansa. Beograd: CMP i VEDES.
2. Vukotić V. (1997) rivatizacija i razvoj preduzetništva. Zrenjanin: Međunarodni Work shop o politici razvoja MSP u Jugoslaviji.

3. Grozdanić R., Đorđević D. (1997) Strukturni, finansijski i poreski preduslovi razvoja malih i srednjih preduzeća. Ekonomski fakultet Beograd.
4. Đorđević D. (2001) Mala i srednja preduzeća. Beograd: KAS.
5. Đorđević D., Bešić C. (2004) ” Marketing komuniciranje. Zrenjanin: TF Mihajlo Pupin.

EKONOMSKI SISTEMI

Numan Đozović

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

Alma Kujević

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Da bi zadovoljio svoje potrebe, čovjek je od svog postanka u toku cjelokupnog razvoja društva nerazdvojno vezan za proizvodnju i sticanje materijalnih dobara. Poznato je da u društvenoj proizvodnji u toku svoga života ljudi stupaju u određene nužne odnose, nezavisne od njihove volje.

STRUKTURA EKONOMSKOG SISTEM PRIVREDNI SUBJEKTI

Normalno je da sa razvojem ljudskog društva tokom istorije dolazi i do promjena u organizaciji proizvodnje. Znači da društvena organizacija proizvodnje nije jednom zauvijek data, već se ona mijenja pod dejstvom raznih faktora, prije svega, zbog razvoja proizvodnih snaga. Društvena organizacija proizvodnje se javlja kao slet mnogobrojnih privrednih subjekata koji su angažovani u proizvodnji materijalnih dobara radi zadovoljenja društvenih potreba. Oni samostalno donose privredne odluke i od njih uživaju koristi i snose rizik. Karakteristična je podjela privrednih subjekata na: preduzeća, domaćinstva i državu.

Pod preduzećem u opštem smislu se podrazumijeva organizaciona veza između sredstava za proizvodnju i ljudi, koji zajednički proizvode materijalna dobra radi prodaje i pribavljanja prihoda izraženog u obliku novca. Dakle, riječ je ovdje o proizvodnim preduzećima, za razliku od trgovinskih preduzeća, koja se samo bave kupovinom i prodajom. S obzirom na to da se proizvodna preduzeća mogu organizovati za : lokala, nacionalna, međunarodna i svjetsko tržište, to raspolazu i različitim brojem radnika (radne snage) od nekoliko desetina radnika, do nekoliko stotina hiljada zaposlenih, što uslovljava različiti obim i dimenzije poslovanja. U domaćinstvima kao osnovnim potrošačkim jedinicama vrši se transformacija proizvoda i usluga u odgovarajuće stanje zadovoljstva koje nastaje kao rezultat odmirenja potreba. Treba istaći da i preduzeće i domaćinstva mogu u svom sastavu da imaju jedno jedino lice, s tim

što funkciju potrošača treba razlikovati od funkcije proizvođača kao privrednog subjekta.

Država vrši transformaciju ulaganja u proizvode koji zadovoljiti javne i kolektivne potrebe. Zna se da su javna dobra potrebna celokupnom stanovništvu, jer su ona neophodni uslov života, kao i rada preduzeća, i moraju biti dostupna svima pod jednakim uslovima. Tako, putevi, kontrola saobraćaja, socijalna sigurnost, osnovna zdravstvena zaštita moraju biti podjednako dostupni svima. Državni privredni subjekti nijesu organizovani sa ciljem da ostvaruju profit, već da omoguće zadovoljenje potreba stanovništva. Država kao organizovana institucija vlasti kupuje i troši materijalna dobra, kao i privatna preduzeća, da bi ostvarila svoje funkcije.

CILJEVI I REFERENCIJE

Privredni subjekt, bilo da je pojedinac ili organizovana grupa, ima svoj cilj ponašanja. Realizacija tih ciljeva znači ostvarivanje krajnjeg cilja privredne aktivnosti, a to je zadovoljenje potreba, želja, ličnih zahtjeva za potrošnjom.

Ekonomska teorija polazi od pretpostavke da za svaki privredni subjekat postoji definisan i dobro urađen skup preferencija i da se shodno tome svaki donosilac odluke ponaša racionalno. Racionalnost se pretpostavlja da kao svaki privredni subjekt nastoji da maksimizira očekivanu vrijednost funkcije korisnosti. Znači da svaki privredni subjekt ima svoj cilj i preferencije.

To praktično znači da je svaki pojedinac – potrošač u stanju da vlastite želje i potrebe rangira po nekoj skali, pri čemu svaka viša lestvica na njoj predstavlja ujedno i jaču želju koju treba hitnije podmiriti. Bitno je istaći da se preferencije razlikuju zavisno od potrošača i zavisno od vremena. Međutim, za opis njihovog ponašanja dovoljno je ako se pretpostavi da potrošači dosledno rangiraju svoje potrebe, da su u stanju da ocijene da li jednu grupu potrošnih dobara radije biraju od neke druge grupe sredstava za život. Preferencije u sebi sadrže subjektivno vrednovanje rezultata upoređivanjem različitih alternativa, ali i sam preferencijalni izbor koji se izražava kroz stvarni izbor. Iako su preferencije po svojoj prirodi subjektivne, treba imati u vidu činjenicu da pojedinci imaju ozbiljnih teškoća pri procjeni vlastitih preferencija.

Suprotno ciljevima i preferencijama potrošača, ciljevi i ponašanja preduzeća su složeniji. Imajući u vidu da preduzeće čine pojedinci, i oni imaju vlastite ciljeve. Postavlja se pitanje da li preduzeće ostvaruje te pojedinačne ciljeve i da li taj zbir pojedinačnih ciljeva predstavlja cilj preduzeća? Odgovor je negativan. To znači da je cilj preduzeća nadređen pojedinačnim ciljevima, i umnogome zavisi od svojinske strukture društva. Tako, ukoliko se radi o privatnom vlasniku preduzeća, ona privatni vlasnik određuje cilj preduzeća. Privatni vlasnik preduzeća ima za cilj da maksimizira profit. Naravno, može imati još niz drugih ciljeva ali svi ciljevi na dugi rok će se praktično slivati u jedan najvažiji cilj, a to je maksimiziranje profita.

Javna državna preduzeća nemaju za cilj maksimiziranje profita nego zadovoljenje potreba potrošača. Ova preduzeća mogu da prodaju svoje proizvode (javna dobra) po cijenama koje su neophodne da prikriju troškove poslovanja ili čak nezavisno od njihovih troškova, jer se takvi troškovi i eventualni gubici podmiruju ne od strane bih preduzeća, već u tom slučaju država iz budžeta prikriva nastali gubitak.

Znajući da se pojedinačni ciljevi često mimoilaze sa kolektivnim ciljem preduzeća, to su poteškoće akcionara da zadrže kontrolu nad radom direktora i uprave akcionarskog društva, kao i nemoć socijalističke države da efektivno kontroliše direktore u javnim preduzećima, stvorile potrebu da se ciljevi preduzeća odvojeno analiziraju od ciljeva zaposlenih u njima i da se posebno proučavaju mehanizmi za njihovo usaglašavanje.

U doba Karla Marksa odluke privatnog kapitalističkog preduzeća su bile odluke kapitaliste kao njegovog vlasnika. To, međutim, u savremenim uslovima tržišnog privređivanja nije više slučaj, jer u privatnim akcionarskim društvima dominira složen odnos između vlasnika preduzeća (akcionara) i direktora koji za njihovo ime i za njihov račun upravlja akcionarskim preduzećem.

U državnim preduzećima do usaglašavanja pojedinačnih prednosti, odnosno preferencija sa ciljem da bi se došlo do opštih potreba koje bi trebalo zadovoljiti na grupni (kolektivni) način, nije moguće postići tako što bi se uvažavali svi pojedinačni interesi. Zato prednosti (preferencije) nekih lica, ili čak cijelih grupa, moraju se potisnuti ili zanemariti u korist prednosti, preferencija drugih lica ili grupa. Navedena razlika nije samo rezultat odvojenosti državnog aparata od stvarnih potreba stanovništva već je i posledica različitog vremenskog aspekta planiranja državne administracije i svakodnevnih potreba potrošača.

HIJERARHIJA UČESNIKA

Jasno je da uvijek postoji određeni odnos hijerarhije između privrednih subjekata. Ukoliko ne postoji hijerarhijska veza između privrednih subjekata, onda postoji ekstrem koji se naziva potpuno decentralizovani sistem odlučivanja. Nasuprot ovom ekstremu, javlja se i kada postoji hijerarhijska veza između privrednih subjekata. To je potpuno centralizovan sistem odlučivanja. Između ova dva ekstrema danas postoji široki spektar privreda sa različitim nivoima decentralizacije i centralizacije odlučivanja.

Ekonomski sistem naše zemlje je prošao put od centralističkog sistema do decentralističkog – samoupravnog sistema odlučivanja. Osnovna odlika centralističkog sistema bila je u tome da se organizaciona struktura ekonomskog sistema odlikovala na jedan strogo hijerarhijski i centralistički način. Pri samom dnu hijerarhijske lestvice nalazilo se preduzeće sa svojim radnim kolektivom, čije se ponašanje javljalo kao aktivnost usmerena na izvršavanje planskih zadataka. Na čelu preduzeća nalazio se direktor koji je bio, kao poverenik države, odgovoran ovoj za funkcionisanje preduzeća, odnosno za njegovo izvršavanje zadataka postavljenih planom. Prema svom značenju, preduzeća su

bila razvrstana u savezna, republička i lokalna. Hijerarhijsku strukturu koja se dizala nad preduzećem činile su u federaciji i republici generalne i glavne direkcije, ministarstva, kontrolna komisija, planska komisija i privredni savjet. Takva organizaciona struktura funkcionisala je putem i posredstvom vertikalnih tokova informacija. U svom silaznom pravcu informacije su imale karakter uglavnom izričitih naredbi, dok su izlaznim tokom one izražavale moguće primedbe, sugestije, predloge "višim" upravljačkim organima od strane nižih, kao i obavještanje o izvršavanju zadataka.

U decentralističkom ekonomskom sistemu svaki privredni subjekt predstavlja odvojen centar odlučivanja i svaki privredni subjekt je jednak i ravnopravan sa svim ostalim privrednim subjektima. Međutim, sa uvođenjem decentralizacije odlučivanja – samoupravljanja kod nas, posebno na samom početku, nije bilo samostalnog odlučivanja. Naime, radi se o tome da su administrativni državni organi i dalje zadržali ulogu distributera osnovnih sredstava i obrtnih fondova, da osnovna sredstva nijesu imala status robe, da je gotovo cjelokupan višak rada izmicao iz ruku radnih kolektiva. Same globalne proporcije, naročito proporcije akumulacije i fondova i obračunskog fonda plata, nosile su administrativni karakter. Pa ipak, prve tri godine u razvoju samoupravnog sistema, u vanredno teškim materijalnim uslovima, otvorile su put afirmaciji robnog karaktera predviđanja u socijalizmu i označile pravac transformacije našeg preduzeća iz takoreći polubudžetske državne organizacije u samoupravnog robnog proizvođača. To, razume se, nije išlo bez teškoća. Nije se uvijek i na svakom mjestu nalazila prava mjera u oslobađanju tržišnih snaga. Bilo je i toliko nerealnog uvođenja i u domen alokacije deviznih sredstava, i to u uslovima na nabavku onih kapitalnih dobara koja su neophodna za nastavljanje industrijalizacije. Pokušaj, naravno, nije uspio niti je to mogao.

Ako je riječ o potpuno decentralizovanom ekonomskom sistemu, onda ilustrativan primjer predstavlja tržište potpune konkurencije, gdje na jednoj strani imamo potrošače kao kupce roba i, na drugoj strani, individualne vlasnike preduzeća u ulozi prodavca. Pojedinaac – privatnik za svoje odluke samostalno snosi poslovni rizik i sam prisvaja rezultate od ekonomske aktivnosti kojom se bavi. U tržišnim preduzećima postoje različite poslovne jedinice koje su podređene upravi preduzeća. U složenim, odnosno holding kompanijama udružene kompanije potpadaju pod uticaj i kontrolu holding društva. Isto tako, u velikim koncernima niz proizvodnih i poslovnih jedinica povećan je po vertikali u integrisani proizvodni sistem u okviru koga postoje jasni odnosi podređenosti. U bankarstvu poslovne banke podređene su kontroli narodne i centralne banke. [2, str. 217]

Kada je u pitanju podređenost, nadređeni organ izdaje konkretne naredbe koje su obavezne za sve privredne subjekte. Podređeni privredni subjekti izvršavaju ove odluke i odgovaraju nadređenom organu za njihovu realizaciju. Ukoliko nadređeni postupaju u skladu sa odredbama izdate naredbe, u tom slučaju podređeni privredni subjekti ne snose rizik za neizvršenje odredba odluka. U tom slučaju rizik snosi privredni subjekt koje je doneo datu nadređujuću odluku. Znači da podređeni i nema neku motivaciju za izvršenje

zadataka, tako da je nadređeni primoran da sprovodi razne kaznene mjere (sankcije).

Drugi oblik hijerarhijskih odnosa se sastoji u tome da jedan privredni subjekt donosi opšta pravila za ponašanje svih ostalih privrednih subjekata. Ova opšta pravila mogu stimulisati privredne subjekte da se ponašaju u skladu sa proglašenim ciljem. Uvođenjem ekonomskih Stimulanasa, omogućava se povećanje stepena ostvarenja pojedinačnih ciljeva bilo kog zainteresovanog privrednog subjekta.

Privatna preduzeća mogu i da ne prihvate ponuđene stimulanse, jer takve odluke privredni subjekti mogu samostalno donositi s obzirom na to da samostalno snose rizik, odnosno eventualnu dobit od nje.

ORGANIZACIJA U EKONOMSKIM SISTEMIMA

Za opstanak, obnavljanje i razvoj ljudskog društva, ljudi moraju pribavljati i trošiti materijalna dobra. Do materijalnih dobara ljudi dolaze proizvodnjom, a ona ih raspodeljuju, razmenjuju i na kraju troše i zadovoljavaju tako svoje potrebe. To jasno ukazuje da se aktivnost u privrednom životu svakog društva odvija kroz četiri uzastopne i svestrano povezane i međuzavisne faze, a to su: proizvodnja – raspodela – razmjena – potrošnja. Jedinstvo, vezu, uticaj i uslovljenost svih faza društvene reprodukcije najbolje ilustruju sledeće riječi Karla Marksa: "Evo predstave koja je jasna kao dan: u proizvodnji članovi društva prilagođavaju (izrađuju, daju oblik) proizvode prirode ljudskim potrebama; raspodjela određuje u kojoj srazmeri pojedinac ima udjela u tim proizvodima; razmjena mu dostavlja posebne proizvode za koje on ima volju da razmijeni dio koji mu je pripao raspodjelom; naposljetku u potrošnji postaju proizvodi predmet užitka, individualnog prisvajanja. Proizvodnja izrađuje predmete koji odgovaraju potrebama, raspodjela ih raspoređuje prema društvenim zakonima; razmjena ponovo razdeljuje prema pojedinačnoj potrebi ono što je već razdijeljeno; na kraju u potrošnji proizvod izlazi iz svog društvenog kretanja, on postaje neposredno predmet i sluga pojedinačne potrebe i zadovoljava je u užitku. Tako se proizvodnja ispoljava kao polazna tačka, potrošnja kao završna tačka, a raspodjela i razmjena kao sredina. Na taj način proizvodnja, raspodjela, razmjena i potrošnja sačinjavaju pravi pravcati zaključak: proizvodnja opštost, raspodjela i razmjena posebnost, potrošnja pojedinačnost u kojoj je obuhvaćena cjelina." [1, str. 75]

Dakle, između proizvodnja, raspodjele, razmjene i potrošnje, kao četiri osnovne aktivnosti u privrednom životu svakog društva, postoji međusobna povezanost i uticaj, a u tom jedinstvu proizvodnja ima prvenstvo. Ona predstavlja uslov bez koga ne bi bilo ni raspodjele, ni razmjene, ni potrošnje. Na raspodjelu, razmjenu i potrošnju najvažniji uticaj ima na njih proizvodnja.

Privredni subjekti su svi angažovani u nekoj od aktivnosti, s tim što je teško odvojiti jednu od drugih aktivnosti i time precizno odrediti područje njihovog djelovanja. Tako, preduzeća se mogu baviti proizvodnjom robe i obavljati

usluge. Ona istovremeno mogu obavljati poslove vezane za promet svojih proizvoda, ali isto tako i u trgovini drugih roba i usluga. Znači da preduzeća kao privredni subjekti mogu da obavljaju više aktivnosti, s tim što je za proizvodna preduzeća karakteristično to da su pretežno angažovana u oblasti proizvodnje. Danas se, pored proizvodnih, poseban značaj daje i finansijskim preduzećima. U ovu vrstu preduzeća spadaju sve banke, bankarski dileri i brokeri, finansijski i investicioni fondovi, osiguravajuća društva.

Za monetarnu privredu karakteristična je finansijska aktivnost. Ovo ne znači da se proizvodna preduzeća apsolutno ne bave finansijskom aktivnošću. Tako proizvodno preduzeće može da daje (odobrava) potrošačke kredite ili, pak, kredite drugim preduzećima kako bi prodalo svoju robu. Isto tako, ono može da izdaje hartije od vrijednosti (obveznice i akcije) da bi prikupilo dodatna novčana sredstva (kapital).

Investiciona aktivnost predstavlja posebnu aktivnost koja sadrži proces raspodjele i razmjene u sadašnjosti radi uvećanja proizvodnje u budućnosti jeste. Ona omogućava da se poveže realna i monetarna privreda posredstvom finansijske aktivnosti. Spoljnotrgovinska razmjena omogućava povezivanje realne i monetarne privrede date zemlje sa drugim privredama u svetu i neposredno utiče na investicionu aktivnost.

Pored toga što je takva podjela aktivnosti korisna, ipak je ona nedovoljna, s obzirom na to da ne obuhvata cjelokupno bogatstvo aktivnosti privrednih subjekata. To možemo prikazati na jednom primjeru, na proizvodnji robe. Poznato je da je za proizvodnju bilo koje robe potrebno angažovanje faktora proizvodnje (sredstava za proizvodnju i radne snage), proizveo novi materijalni proizvod. Čitav taj proces, od angažovanja faktora proizvodnje, do proizvodnje finalnog proizvoda, predstavlja tehnološki opis stvaranja materijalnih dobara stvara se osnova materijalnog bogatstva, ali to je nedovoljno da bismo cio proces predstavili kao ekonomsku aktivnost. Neophodna je uloga privrednog subjekta, koja se u savremenoj ekonomskoj aktivnosti ispoljava posredstvom samih tih subjekata odlučivanja. Odlučivanje predstavlja opredeljenje između više mogućih varijanti kako da se sa nedovoljnim sredstvima postigne željeni efekat.

INSTITUCIJE

Institucije su trajni oblik veza između privrednih subjekata unutar kojih se na ustaljeni način odvijaju ekonomske aktivnosti.

Institucije moraju dati odgovore na tri fundamentalno međusobno zavisna problema, i to:

- Koje proizvode i usluge proizvoditi i u kojim količinama;
- Kako proizvoditi odabrane proizvode i usluge, sa kojim resursima i tehnološkim rešenjima;
- Za koga proizvoditi, odnosno kako podijeliti nacionalni proizvod između različitih preduzeća i socijalnih grupa.

Među ekonomskim institucijama koje mogu riješiti navedena pitanja su: tržište, plan, svojina. Na tržištu se na ustaljen način povezuju kupci i prodavci. Kretanje tržišnih cijena daje na ustaljen način signale koji pokazuju gdje resursi mogu doneti veće prinose. Tržišne cijene pružaju jeftine i brze informacije djelujući podsticajno na privredne subjekte. Tržište i cijene na ustaljen način vrše alokaciju resursa i signaliziraju informacije o njihovim relativnim vrijednostima.

Tržište na ustaljen način vrši distribuciju dohotka na vlasnike resursa u proporciji koja odgovara veličini tržišne vrijednosti njihovih resursa. Donošenje poslovnih odluka takođe je ustaljeno jer je decentralizovano, a koordinacija između ponude i tražnje obavlja se spontano. Planiranje je ekonomska institucija u kojoj se takođe na ustaljen način odvija alokacija privrednih resursa na različite upotrebe i između ovlašćenih korisnika. Za razliku od tržišta kao ekonomske institucije, planiranje određuje količine i tokove resursa, obim i asortiman dobara koje bi trebalo proizvoditi, način njihove distribucije, raspodjelu rezultata. To rade pojedinci i grupe koji imaju autoritet državne vlasti. Svojina određuje pravno-ekonomske okvire u kojima se odvijaju ekonomske aktivnosti privrednih subjekata. Znači, svojina kao institucija ustaljuje način korišćenja, upotrebe i raspolaganja stvarima i isključuje sva druga lica, osim vlasnika, iz posjedovanja predmeta svojine. Ukoliko se ne poštuje ustaljen odnos između privrednih subjekata, sprovode se sankcije upravnog i sudskog aparata države. Svako destabilizovanje ekonomskih institucija stvara veliki rizik u privrednom životu, jer u uslovima destabilizacije i haosa privredni subjekti ne mogu da stvaraju svoje ciljeve i da se ponašaju u skladu sa pravilima privredne utakmice. Dakle, bez institucija nema reda u privrednom životu. Stabilni ekonomski odnosi su pretpostavka za stvarivanje ciljeva privrednih subjekata.

Ciljevi privrednih subjekata se mogu ostvarivati preko više institucija. Međutim, ostavriavanje cilja u jednoj instituciji može da iziskuje manje rada i troškova u odnosu na drugu instituciju. Zato privredni subjekti moraju da znaju da izaberu "pravu" instituciju kojom će se postići najveći privredni efekti.

Institucije se mogu posmatrati na različitim nivoima apstrakcije. Tako i svojina predstavlja instituciju, ali, znajući da postoje različiti oblici svojine: privatna, državna, društvena, mešovita i zadružna, to svaki oblik svojine možemo tretirati kao posebnu instituciju. To se isto odnosi i na tržište kao ekonomsku instituciju. U okviru tržišta razlikujemo: tržište monopolske konkurencije, tržište savršene konkurencije, administrativno regulisano tržište kao posebno tržište.

KARAKTERISTIKE EKONOMSKOG SISTEMA

Karakteristika stabilizacije velikog ekonomskog sistema su rastuće oscilacije ključnih varijabla u fazi izlaska iz stanja ravnoteže, odnosno opadajuće oscilacije u fazi ulaska u stanje ravnoteže. Takav tok je ostvariv zahvaljujući

činjenicom da stalno dolazi do pretvaranja pasivnih elemenata u aktivne tako da se povećava stepen korišćenja kapaciteta, smanjuje nezaposlenost i nepotpuna zaposlenost radnosposobnog stanovništva, smanjuju neiskorišćene sirovine, povećava se primjena novih naučnih analiza i saznanja i sl.

Stabilizacije velikog ekonomskog sistema podrazumijeva i značajnije promjene u kretanju zaposlenosti. Stalno se smanjuje stepen nezaposlenosti a tendencija se kreće ka eliminisanju i prikrivene nezaposlenosti. Odnos preka akumulaciji postaje ekonomski racionalan. Vodi se računa ne samo koliki će dio akumulacije biti izdvojen iz nacionalnog dohotka, već i kako će se ona najracionalnije upotrijebiti. Kod procesa stabilizacije bilježimo stalan porast akumulacije i njenu ekonomsku racionalnu alokaciju. Kod sistema investiranja bilježimo respektovanje kriterijuma društvene aktivnosti i stalno smanjenje kapitalnog koeficijenta. Smanjuje se potreba za naknadnim intervencijama društva u oblasti privrednog razvoja usled sve boljeg sistema funkcionisanja ne samo velikog ekonomskog već i cijelog velikog društvenog sistema. Raste stepen demokratske vladavine države što podrazumijeva da raste stepen sloboda upravljanja i posebno odlučivanja pojedinačno aktivnih elemenata ili podsistema velikog ekonomskog sistema.

Za proces optimizacije karakteristično je minimiziranje utrošaka a i maksimiziranje rezultata. Prvi znak za udaljavanje velikog ekonomskog sistema od stanja optimalnosti nalazimo u njegovom udaljavanju od principa da se sa minimumom utrošaka postigne maksimum rezultata. To je ujedno znak opšteg opadanja svih efektivnosti, svih vrsta ulaganja u svim podsistemima.

Pri određivanju ciljeva primetna je nedovoljna usklađenost odnosno koordiniranost između kratkoročnih, srednjoročnih i dugoročnih ciljeva, što ukazuje da se javljaju ozbiljni problemi u sistemu funkcionisanja privrede.

NIVOI ORGANIZOVANOSTI EKONOMSKOG SISTEMA

Postoje tri nivoa organizovanosti privrede kao velikog ekonomskog sistema:

- Opšta ravnoteža
- Stabilnost sistema
- Optimalnost sistema

Kraj ovog milenijuma možemo označiti kao i period u kome se stvaraju uslovi za sagledavanje i četvrtog postoptimalnog nivoa organizovanosti. Ostvarivanje viših nivoa organizovanosti ima za pretpostavku da se ostvaruju, u datom posmatranom sistemu niži nivoi organizovanosti. Tako npr. možemo reći da se ne može ostvariti optimalnost kao najviši nivo organizovanosti sistema bez ostvarivanja stabilnosti sistema. Ili ako govorimo o ostvarivanju stabilnosti sistema, privreda mora da prolazi kroz stanje opšte privredne ravnoteže. Međutim, ono što se mora imati u vidu jeste činjenica da se vremenski ne moraju poklapati ostvarivanja viših i nižih nivoa organizovanosti. Tako npr., ako kažemo da je za ostvarenje stabilnosti sistema potrebno da privreda prolazi kroz stanje opšte privredne ravnoteže to nikako ne znači da se na primjer, u 1996.

god. Ostvaruje stabilnost sistema samo ako je te godine privreda ostvarila i opštu privrednu ravnotežu.

Svaki od navedena tri stupnja organizovanosti može imati dva suprotna stanja:

- Ravnotežu i neravnotežu,
- Stabilnost i nestabilnost,
- Optimalnost i neoptimalnost.

Radi sveobuhvatnog sagledavanja opšte privredne ravnoteže ukazaćemo na neka teorijska shvatanja koja se sreću u literaturi kako bismo mogli da napravimo razliku o dinamičkom shvatanju opšte privredne ravnoteže, kako smo je naprijed i definisali.

Lako je uočljiva razlika između datog dinamičkog koncepta, koji govori da je opšta privredna ravnoteža kratkotrajno stanje, odnosno da privreda povremeno prolazi kroz ovo stanje kao i o činjenici da je potrebno da samo ključni podsystemi budu u ravnoteži, od shvatanja klasične ekonomije o tzv. balansiranoj i uravnoteženoj razvoju. Balansirani razvoj postulira razvoj svih privrednih grana kako bi se na kraći rok ostvarila što punije komplementarnost proizvodnje. Jednostavno rečeno, prema njima, opšta ravnoteža se tretira kao idealno rešenje kome privreda treba stalno da teži.

Interesantno je ukazati na odnos opšte privredne ravnoteže i viših nivoa organizovanosti sistema. Da bismo taj problem dobro razumeli daćemo primjer odnosa opšte ravnoteže i stabilnosti sistema. Otuda je neophodno i ako ćemo se u toku nastavka rada duže zadržati, dati kraću definiciju stabilnosti sistema. Pod stabilnošću velikog ekonomskog sistema podrazumijevamo onaj sistem kod koga se smenjivanje dveju faza, faze napuštanja i faze vraćanja ravnoteži vrši nesmetano bez većih potresa u procesu razvoja i kada su svi elementi sistema maksimalno aktivirani. [2, str. 457]

Ako smo shvatili dinamički pristup opštoj ravnoteži i stabilnosti sistema ona je neophodno ukazati na to da opšta privredna ravnoteža se ostvaruje i u manje stabilnim sistemima, da stabilnost kao viši nivo organizovanosti ne može da se ostvari bez povremenog pronalaženja privrede kroz stanje opšte ravnoteže i da nije potrebna vremenska podudarnost ostvarivanja opšte privredne ravnoteže i stabilnosti sistema

ZAKLJUČAK

Značajno je naglasiti neophodnost da svi važniji a posebno ključni podsystemi budu u tim stanjima. S obzirom na to saznanje logičnim se naće potreba da se ukaže na one karakteristične pojave koje se dešavaju prilikom ulaska i izlaska iz datih stanja. U prethodnom tekstu smo dali osnovne karakteristike procesa stabilizacije i destabilizacije velikog ekonomskog sistema, a sada ćemo pokušati da izvučemo osnovne karakteristike koje indiciraju da li se neki veliki ekonomski sistem približava optimalnosti, odnosno da li se od nje udaljava.

Određena iskustva u praćenju privrede pokazuju da i tada na liniji opadanja disproporcionalnost, ključni podsistemi ostvare za trenutak dinamičku proporcionalnost.

LITERATURA

1. Dašić D. (2000) Ekonomija, Beograd.
2. Labus M. (1995) Osnovi ekonomije, Prosveta, Beograd.
3. Mitrović Lj., Cvetanović S. (2005) Osnovi ekonomije, Priština – Kosovska Mitrovica.
4. Purić S. (1995) Makroekonomija, Beograd.

HALAL STANDARD

Razija Hačković

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

Adela Duljević

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Prema savremenom i međunarodno prihvaćenom pristupu, nacionalni program za unapređenje bezbednosti hrane svake države mora da osigura da su svi prehrambeni proizvodi i uslovi pod kojima su proizvedeni kao takvi, sasvim ispravni. Takav program zahteva da odgovornost za bezbednost prehrambenih proizvoda u jednoj zemlji dominantno pripada industriji hrane, a uloga nacionalnih inspekcijских organa je da se u registrovanim objektima primene odgovarajuće mere i da proizvod namenjen tržištu bude zdravstveno bezbedan za potrošača. **Standard** je dokument u kome se definišu pravila, smernice ili karakteristike za aktivnosti ili njihove rezultate (proizvod ili usluga mora biti taj rezultat) radi postizanja optimalnog nivoa uređenosti.

U Kur'anu - svetom knjizi i vodilji svih muslimana sveta postoji jedno pravilo koje od njih traži da uvek koriste samo ono što im je od Boga dozvoljeno i korisno, a obaveza svakog muslimana je da bude siguran da je ono što praktikuje i konzumira dozvoljeno, čisto, higijensko i da nije štetno za njegovo zdravlje, drugim rečima- da je Halal.

Halal na arapskom jeziku označava sve što je po islamskim propisima dozvoljeno ili korisno. Nasuprot tome, imamo termin „ Haram “ što označava sve ono što je po islamskim propisima čoveku zabranjeno ili je štetno po njega, odnosno njegovu okolinu. Kada se kaže „dozvoljeno“ misli se na hranu koja je pripremljena po šerijatskim propisima i većina muslimana širom sveta primenjuje ovaj način ishrane.

Halal standard proističe iz šerijatskog zakona i podrazumeva skup primenjenih postupaka u procesu proizvodnje, kao i ukupnost karakteristika proizvoda koje su u skladu sa, kao što smo već napomenule, islamskim propisima i određuju proizvod koji je prihvatljiv za muslimane, to jeste za njegovu konzumaciju i korišćenje. Utvrđivanje Halal standarda vrše osposobljene institucije, u ovom slučaju islamska zajednica. Firma koja je zainteresovana za uvođenje ovog standarda mora aplicirati Agenciji islamske zajednice. Tom prilikom zainteresovana firma daje izjavu o tome da su joj poznati svi zakoni koji se odnose na Halal standard, kao i sve zabrane koje

proističu iz njega. Kada se ispune svi neophodni uslovi, kompaniji se izdaje Halal sertifikat koji važi jednu godinu.

Svetsko Halal tržište je jedno od najznačajnijih i najbrže rastućih tržišta u svetu sa godišnjim prometom od 550 milijardi \$. Halal obuhvata različite proizvode i usluge i to: kozmetika, hrana, odeća, obuća, bankarstvo, nameštaj, turizam, berza...

Zemlje Jugoistočne Evrope sve više pokazuju interes za Halal proizvode i jako žele da se uključe u to veliko halal tržište. Sve veći broj nemuslimana koristi halal proizvode jer ih smatraju zdravijim i sigurnijim za upotrebu, naročito kada su u pitanju ishrana, kozmetika, ambalaža, a naročito preparati i lekovi. Da bi određeni proizvod mogli plasirati na svetsko halal tržište, neophodno je da ti proizvodi zadovolje zahteve halal standarda.

Jedna od bitnih stvari kod ovog standarda kada govorimo o proizvodnji mesa jeste i tzv. halal klanje koje je veoma specifično. Ovo klanje, halal klanje, je skup postupaka kojima se određuje halal status mesa koje je muslimanima dozvoljeno za konzumiranje u skladu sa islamskim propisima. Pri tom činu i životinja i način klanja moraju zadovoljiti odgovarajuće uslove.

Da bi meso bilo halal, klanje dozvoljenih životinja mora biti u skladu sa sledećim zahtevima:

- Životinja koja se kolje mora biti dozvoljena i pažljivo tretirana;
- Životinja mora biti zdrava i živa;
- Osoba koja obavlja čin klanja mora biti musliman;
- Osoba mora biti psihički zdrava i osposobljena za ovu vrstu aktivnosti.

Reči U ime Allaha moraju biti izgovorene pre klanja životinje, alatka kojom se kolje mora biti oštra i ne sme se dizati sa životinje dok se čin klanja ne završi u potpunosti, a to znači dok se ne preseče dušnik, jednjak, te glavne arterije i vene vratnog dela, a klanje se vrši sa prednje strane vrata. Ni jedan deo se ne sme otkloniti pre završetka klanja, krv se mora dobro iscediti.

POTENCIJALNA HALAL TRŽIŠTA

Čak 70 odsto muslimanske zajednice širom sveta živi i hrani se u skladu sa Halal standardom, tako da svetsko Halal tržište čini populaciju od 1,6 milijardi muslimana u svetu. To je ujedno i najbrže rastuće tržište koje je 2005 godine imalo ukupni promet od 550 milijardi \$, od čega je 170 milijardi utrošeno na prehrambene proizvode. U Srbiji još uvek ne postoji dovoljno razvijena svest o veličini i potencijalu ovog tržišta, a još manje o činjenici da termin Halal ne obuhvata samo mesnu industriju, već i mnoge vrste proizvoda poput farmaceutskih, biljnih i kozmetičkih proizvoda, kao i što obuhvata sve vrste usluga i poslovanja poput finansijskih usluga, investicija, bankarstva, osiguranja...

HALAL HRANA I HALAL PROIZVODNJA

Da bi neki proizvod bio označen kao halal, ne sme sadržavati tzv. Haram sastojke. Postoji detaljna lista sastojaka koji su Haram, ali u ovom tekstu navodimo samo glavne grupe:

- Svinjsko meso i proizvodi od mesa;
- Krv;
- Alkohol i svi ostali intoksidanti;
- Cigarete, duvan (o ovome postoje različita tumačenja)
- Meso mrtvih/umrlih životinja;
- Meso životinja koje nisu zaklane u Allahovo ime;
- Meso životinja koje je zaklao nemusliman (različita tumačenja);
- Meso životinja mesoždera- (npr. Lavovi, tigrovi, hijene, orlovi, zmije...);
- Meso životinja poput magarca, majmuna, slonova, pasa ...

Pored očiglednih postoje i skriveni haram sastojci koji čine da Halal sastojci u krajnjem proizvodu ne budu „ispravni“. Na primer: Riba spremljena sa vinom; Kolači i sladoledi koji sadrže rum, liker ili bilo koju vrstu alkohola ...

HALAL SERTIFIKAT

Halal sertifikacija, za razliku od HACCP sistema, nije u klasičnom sistemu sertifikacije i akreditacije. Sertifikate za ovaj sistem dodeljuju organizacije ovlašćene od strane islamske zajednice. U Srbiji postoji ovlašćena organizacija za dodelu Halal sertifikata a to je Halal agencija Islamske zajednice u Srbiji. Sertifikat važi jednu godinu i u toku trajanja sertifikata vrši se redovna kontrola od strane Halal kontrolora, kao i uzimanje uzoraka proizvoda sa tržišta. Na taj način se obezbeđuje sigurnost da neće doći do ohramljenja, odnosno religijskog sknavljenja proizvoda u bilo kojoj fazi proizvodnje.

Halal znak doprinosi prepoznatljivosti Halal proizvoda na tržištu. U slučaju bilo kakvog odstupanja od standarda, Agencija oduzima sertifikat, proizvodi se povlače sa tržišta i pokreće se odgovarajući postupak. Halal zakonom mogu se koristiti Agencija, proizvođači koji su uspešno ispunili osnovni Halal standard, prodavci i distributeri Halal proizvoda, kao i drugi korisnici po odobrenju Agencije.

Da bi proizvođači pristupili postupku sertifikacije, neophodno je da dostave:

- Dokument o opredeljenosti menadžmenta za Halal sertifikat;
- Dokument kojim se potvrđuje da se u proizvodnji primenjuju odredbe o zdravstvenim, higijenskim i sanitarnim merama u koje spadaju i međunarodni standardi (HACCP i ISO standardi)
- Dokument kojim se potvrđuje da se delatnost obavlja u skladu sa važećim propisima.

Organizacije, proizvođači hrane i pića, sve više imaju potrebu da u svoj sistem instaliraju ovaj standard kvaliteta o kome smo pričale do sada u ovom

radu. To je mala cena koju moraju platiti, ali cena koja otvara neka ogromna tržišta u kojima se obrće veliki novac. Bez ovog standard kvaliteta i standarda HACCP ne može se trgovati sa jakim evropskim tržištem, jer je to trenutno glavni uslov. Ovi standardi nam govore o sigurnosti i bezbednosti tih istih proizvoda, a sigurne smo da ćemo se svi složiti sa time da je zdravlje na prvom mestu.

ZAKLJUČAK

Agencije za certificiranje halal standarda vrše na osnovu procedure halal certificiranja koja je jednaka za sve organizacije koje se odluče da njihovi proizvodi zadovolje zahtjeve halal kvalitete a time budu dozvoljeni muslimanima za konzumiranje. Procedura halal certificiranja je sastavni dio Halal standarda BAS 1049:2007.

Procedura halal certificiranja se sastoji iz sljedećih koraka:

1. Firma podnosi zahtjev za certificiranje i dostavlja Agenciji dokumentaciju kojom dokazuje da posluje u skladu sa zakonom i da može zadovoljiti zahtjeve halal kvalitete.
2. Agencija provjerava dostavljenu dokumentaciju.
3. Agencija i firma potpisuju ugovor o certificiranju.
4. Agencija obučava zaposle u firmi kako bi znali šta trebaju poduzeti kako bi njihovi proizvodi bili halal.
5. Firma priprema dokumentaciju u kojoj su opisane sve procedure proizvodnje i povjerene sve sirovine i materijali koje koriste u svojoj proizvodnji.
6. Agencija provjerava da li je firma ispunila uslove za dobijanje sertifikata.
7. Agencija dostavlja svu dokumentaciju Komisiji za verifikaciju koja provjerava da li je certificiranje urađeno na propisan način.
8. Upravni odbor donosi odluku o dodjeli sertifikata.
9. Agencija dodjeljuje firmi halal sertifikat.

Nakon dodjeljivanja halal sertifikata, Agencija prati i kontroliše proizvode i pogone u firmama putem najavljenih i nenajavljenih audita i laboratorijskih analiza.

LITERATURA

1. Plojović, Š., Bušatlić, S. (2012) Menadžment kvaliteta. Novi Pazar: Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru.
2. <http://www.halal.ba>

PRINCIPI EKONOMIJE

Aldin Čalaković

Student 3. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Ponuda i tražnja su dve reci koje ekonomisti najčešće koriste – i to sa dobrim razlogom. Ponuda i tražnja su sile koje omogućavaju funkcionisanje tržišnih ekonomija. Ako želite a saznate kako ce neki događaj ili politika uticati na ekonomiju, prvo treba da razmislite kako ce uticati na ponudu i tražnju.

POTRAŽNJA

SKALA I KRIVA POTRAŽNJE

Pravilo da, pri neizmenjenim ostalim faktorima, povećanje tržišnih cena dovodi do smanjenja potraživanih količina id a smanjenje tržišnih cena dovodi do povećanja potkazivanih količina naziva se zakonom potražnje. Zakon potražnje pokazuje, da pri ostalim nepromenjenim faktorima, između tržišne cene nekog dobra i potražnje za njim postoji odnos suprotnosmerne zavisnosti. Tržišna cena nekog dobra nije jedini faktor koji utiče na količinu koji su kupci voljni da kupe. Zakon potražnje koji ukazuje na inverznu zavisnost tržišne cene nekog dobra i potražnje za njim, vazi samo u slučaju ako ostale uticajne faktore, odnosno *ceteris paribus* uslove, držimo konstantnim. Sve faktore koji utiču na potražnju za određenim dobrom, a nisu cena tog istog dobra, nazivamo necenovnim determinantama potražnje.

Odnos koji postoji između potraživane 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 potražnje. U narednoj tabeli daćemo hipotetički primer skale individualne i tržišne potražnje za električnim grejalicama, pri čemu su podaci o ceni dati u određenim vrednosnim jedinicama, a podaci o mesečnoj potraživanoj količini u 000 kom.

Pri vrlo visokoj ceni električni grejalica tržišna potražnja ce iznositi 34, posto ce kupac B biti voljan da kupi 11, a kupac C 23 jedinice. Pri ovako visokoj ceni kupac A nije voljan da kupuje ovo dobro. Ako se tržišna cena smanji na 5, kupci B i C ce biti voljni da povećaju obim kupovine ovog dobra, dok je za kupca A ova cena je još visoka da bi ga stimulisali na kupovinu. Snižanjem cene na 4 tržišna potražnja je veća nego pri ceni od 5, zbog povećanog obima kupovine od strane kupaca B i C i pojave kupca A na tržištu, koji je pri ovoj tržišnoj ceni spreman da kupi dve jedinice. Skala potražnje, kao sto vidimo, vrlo jasno ilustruje obrnutu zavisnost između tržišne cene nekog dobra i potraživane

kolicine (potrazivane kolicine svakog kupca ponaosob i potrazivane kolicine svih njih zajedno).

Tabela 1: Skala potražnje

Situacija	Tržišna cena	Individualna potražnja			Tržišna potražnja
		Kupac A	Kupac B	Kupac C	
1	2	3	4	5	6
A	1	15	25	40	80
B	2	10	18	32	60
C	3	5	15	28	48
D	4	2	13	25	40
E	5	0	12	24	36
F	6	0	11	23	34

Odnosi koji postoje izmedju potrazivane kolicine i trzisne cene mogu biti prikazani i odredjeni krivom linijom, koju koju nazivamo krivom potraznje. Ako geometrijski prikazemo kako ce se menjati potrazivana kolicina nekog individualnog kupca za odredjenim dobrom sa promenom njene cene dobicemo krivu pojednicane potraznje.

Kriva trzisne (agregatne, ukupne) potraznje geometrijski prikazuje koju su kolicinu svi kupci odredjenog dobra voljni da kupe pri razlicitim alternativnim nivoima cene dobra koje je predmet kupovine.

KRŠENJE ZAKONA POTRAŽNJE

Zakon potražnje, koji ukazuje na suprotnosmerno kretanje tržišne cene i potraživane količine, pri ostalim neizmenjenim faktorima, se u praksi ispoljava u vecini slucajeva. Medjutim, realan ekonomski zivot poznaje i drugacija kupovna ponasanja. Kod nekih dobara i bekih kategorija potrosaca izmedju trzisne cene i potrazivane kolicine moze postojati i direktna zavisnost. Ovakva „abnormalna” kupovina ponasanja se u ekonomskoj literaturi tretiraju kao paradoksi ili odstupanjima od zakona potraznje. Na njihovo postojanje je jos i Marsal svojevremeno ukazivao. Kao tipicne slucajeve flagrantnog kršenja zakona potraznje navescemo:

- Gifenov paradoks
- Veblenov efekat i
- Psihološki efekat (slučajevi spekulacije)

Gifenov paradoks je karakterističan za inferiorna dobra koja predstavljaju znacajnu komponentu masovne potrosnje kod kategorija potrosaca sa vrlo niskim dohotkom. Njih potrošači kupuju ne zato sto ih zele, vec zato sto nisim dohotkom kojim raspolažu ne mogu sebi priustiti kupovinu superiornih (normalih) dobara. Kod ove kategorije potrosaca vrlo se cesto desava da povecanje cene nekog inferiornog dobra koje znacajno ucestvuje u strukturi potrosnje poveca potraznju za njim, umesto da utice na njeno smanjenje i obrnuto. Paradoks je dobio naziv po Ser Robertu Gifenu (1837-1919) koji je

među prvim uočio da su siromašni ljudi pri istom nivou svog dohotka i ostalim neizmenjenim faktorima, hleb kupovali u većoj količini kada je njegova cena rasla i obratno. Dobro čija se potraživana količina povećava kada njegova cena raste i čija se potraživana količina smanjuje kada njegova cena opada naziva se Giffenovo dobro (Giffen Good).

NECENOVNE DETERMINANTE POTRAŽNJE

Tržišna potrošnja pokazuje kako će se menjati potraživana količina za nekim dobrom na određenom tržištu od strane svih njegovih kupaca, ako pri ostalim neizmenjenim uslovima dođe do povećanja ili smanjenja njegove tržišne cene. Promena tržišne cene, pri ostalim neizmenjenim faktorima izaziva samo pomeranje duž date krive tržišne potražnje. Za razliku od ove promene u potraživanim količinama koje nastaju isključivo usled promene u tržišnoj ceni, promena u potražnji podrazumeva promenu kupovne spremnosti potrošača da pri istim cenama kupe veću ili manju količinu određene robe. Promene u kupovnoj spremnosti potrošača mogu izazvati samo promene u necenovnim determinatama, odnosno samo oni faktori koje smo pri definisanju zakona potražnje smatrali nepromenjenim. U zavisnosti od toga, pri povećanju ili smanjenju kupovne spremnosti potrošača da pri istom nivou cene kupuju veću ili manju količinu određenog dobra, kriva tržišne potražnje će se u odnosu na inicijalnu pomeriti udesno ili ulevo. Normalno je da svaka promena u tržišnoj potražnji za sobom povlači i promenu u potraživanoj količini, ali ta promena potraživanoj količini posledica pomeranja sa jedne na drugu krivu tržišne potražnje i uzrokovana je promenom u nekom od necenovnih faktora potražnje, a ne promenom tržišne cene. Sam geometrijski položaj krive tržišne potražnje je određen ostalim necenovnim determinatama potražnje.

Koji sve to faktori mogu uticati na pomeranje krive tržišne potražnje udesno ili ulevo, odnosno pod uticajem kojih faktora su potrošači spremni da pri istom nivou tržišne cene kupe veću, odnosno manju količinu nekog dobra? Od svih necenovnih determinanti najveći značaj imaju:

- Promene u prosečnom dohotku potrošača;
- Promene u ukusima i preferencijama potrošača;
- Promene u očekivanim budućim cenama dobara;
- Promene cena povezanih dobara;
- Promene u veličini tržišta i
- Specijalni faktori.

POTROŠAČEV VIŠAK

S aspekta potrošača, koji kupujući dobro zadovoljava neku svoju potrebu, kupovina nekog dobra ima opravdanja i ekonomskog rezone samo ako je veličina korisnosti koju stiče njegovom kupovinom veća od veličine žrtve koju tim aktom kupovine snosi. Kupovinom potrošač upoređuje korisnost dobra sa

aspekta prirasta u svom ukupnom zadovoljstvu sa gubitkom korisnosti zbog trošenja dohotka kome je izložen. Uvek kada je korisnost dodatne jedinice veća od gubitka korisnosti novca kojeg on placa razmena za potrošača ima smisla. Razliku između zadovoljstva kojeg potrošač dobija iz kupovine nekog dobra i cene koju efektivno placa ekonomisti su nazvali potrošačev višak ili renta.

POJAM I MERENJE POTROŠAČEVOG VIŠKA

Analizom izbora racionalnog potrošača pokazali smo da će on uvek biti voljan da kupi veću količinu nekog dobra ako se cena smanjuje i obratno. Funkciju potražnje smo definisali kao zavisnost potraživane količine nekog dobra od nivoa njegove cene, pri ostali neizmenjenim uslovima. Međutim, potražnju možemo definisati i u nešto drugačijoj formi koja bi bila mnogo prikladnija za razumevanje i kvantificiranje potrošačevog viška i njegove promene. Naime, kriva potražnje pokazuje i koju su cenu potrošači maksimalno spremni da plate da bi određeno dobro kupili u nekoj tacno određenoj količini. Maksimalna spretnost za plaćanje nekog dobra da bi se ono kupilo naziva se rezervacionom cenom. Kriva potražnje se može, stoga, definisati kao kriva koja prikazuje visinu rezervacionih cena pri različitim nivoima kupovine. Da bi smo razliku između rezervacione i stvarno plaćene sene mogli sagledati i na berzi toga ukazati na problem kvantificiranja potrošačevog viška, analiziraćemo jedno hipotetično tržište nekog dobra sa šest njegovih potencijalnih kupaca.

Tabela 2: Zavisnost potraživane količine od visine rezervacione cene

Kupac	Rezervaciona cena	Potraživana količina
1	2	3
A	12	1
B	10	2
C	8	3
D	6	4
E	4	5
F	2	6

Kolona 2 označava visinu rezervacione cene. Rezervaciona cena kupca A iznosi 12 i pokazuje da je on kupio ovo dobro samo ako njegova tržišna cena maksimalno iznosi 12. Rezervaciona cena kupca B iznosi 10 i on ce kupiti dobro samo ako je njegova cena maksimalno 10. Maksimalna spretnost za plaćanje kupca C iznosi 8, kupca D 6, kupca E iznosi 4 a kupca F iznosi 2. Komparacijom podataka iz kolona 2 i 3 zaključujemo sledeće:

- Ako bi tržišna cena bila veća od 12, niko neće kupovati analizirano dobro, jer je maksimalna spretnost za plaćanje svih kupaca manja od tržišne cene;
- Ako je tržišna cena manja od 12, a veća od 10 dobro ce kupovati samo kupac A, jer ce samo njegova rezervaciona cena biti veća od tržišne cene i gde ce jedino on ostvarivati određenu sumu potrošačevog viška;

- Pri tržišnoj ceni koja bi bila manja od 10, a veća od 8 jedinica interesa za kupovinom ovog dobra imaće i kupac B koji će ostvarivati određeni iznos viška, pa će ukupna potražnja pri tom nivou cene iznositi 2. Jednu jedinicu će kupiti kupac A i jednu jedinicu kupca B;
- Pri tržišnoj ceni koja bi bila manja od 8, a veća od 6 jedinica interesa za kupovinom ovog dobra imaće i kupac C, koji će ostvariti određeni iznos viška, pa će ukupna potražnja pri tim nivoima cena iznositi 3. Po jednu jedinicu će kupiti kupac A, B i C;
- Pri tržišnoj ceni koja bi bila manja od 6, a veća od 4 interesa za kupovinom ovog dobra imaće i kupac D koji će ostvarivati određeni iznos viška, pa će ukupna potražnja pri tim nivoima cena iznositi 4. Jednu jedinicu će kupiti kupac A, jednu jedinicu kupca B, jednu jedinicu kupca C i jednu jedinicu kupca D;
- Pri tržišnoj ceni koja bi bila manja od 4, a veća od 2 interesa za kupovinom ovog dobra imaće svi kupci, sem kupca F čija je rezervaciona cena, odnosno njegova maksimalna spremnost za plaćanje manje od tržišne cene;
- I konačno, pri tržišnoj ceni koja bi bila manja od 2 svaki bi kupac kupio po jednu jedinicu posto bi kupovina svakom od njih donela neki visak u odnosu na njihovu spremnost za plaćanje, pa bi ukupna potražnja za tim dobrima iznosila 6 jedinica;

ELASTIČNOST POTRAŽNJE

Potraživana količina nekog dobra koje je predmet izbora dominantno zavisi od visine njegove cene, visine cene drugih dobara koje ulaze u strukturu potrošnje potrošača i raspoloživog dohotka.

Ako cena dobra Y ostane konstantna kao i dohodak potrošača, promena cena dobra X izaziva promenu u potraživanoj količini tog dobra. Za većinu potrošača vazi pravilo da ce odnosi zavisnosti između potraživane količine nekog dobra i visine njegove trzisne cene biti suprotnosmerni. Rast cene smanjiće potraživanu količinu i obratno. Isto tako, istakli smo da su u slučaju Gifenovog dobra, Vablenovog i psihološkog efekta odnosi zavisnosti ovih dveju varijabla istosmerni, rast cene izaziva povećanje potraživane količine a pad cene smanjuje potraživane količine.

Ako cena dobra X ostane konstanta kao i dohodak potrošača, promena u ceni dobra Y može izazvati promenu u potraživanoj količini za dobrom X. Ako je do promene u potraživanoj količini došlo, nezavisno od njenog karaktera i intenziteta, tu promenu je uzrokovala promena cena Y.

Pri naizmeničnim cenama dobara koja su predmet izbora, potraživana količina dobra X se može promeniti is a promenom dohotka potrošača. Odnos zavisnosti potraživane količine i visine dohotka, uopšteno posmatrano, može biti istosmeran (u smislu da povećanje ili smanjenje dohotka poveća, odnosno smanji potražnju za nekim dobrom) ili suprotnosmeran.

Za mikroekonomsku analizu od daleko je većeg značaja da se kvantificira, ne za koliko će se potražnja za nekim dobrom promeniti ako se njegova cena bude promenila za određeni iznos, odnosno ne za koliko će se promeniti potražnja za posmatranim dobrom ako cena nekog drugog dobra bude promenjena za određeni iznos, odnosno ne za koliko će se potražnja za nekim dobrom promeniti ako se dohodak potrošača promeni za određeni iznos, već za koliko će se % potražnja za dobrom X promeniti ako njegova cena, odnosno cena nekog drugog dobra, odnosno dohodak bude promenjen za 1%.

U tom cilju se za analitičke svrhe u mikroekonomiji pravi razlika između četiri koeficijenta elastičnosti:

- Koeficijenta direktne elastičnosti potražnje;
- Koeficijent fleksibilnosti cena;
- Koeficijenta unakrsne elastičnosti potražnje i
- Koeficijenta dohodovne elastičnosti potražnje.

PONUĐA PROIZVODA

Kao analizu potražnje, tako i analizu ponude počinjemo od ponašanja pojedinaca: proizvođača, domaćinstava ili preduzeća. Pod ponudom podrazumevamo količinu neke robe koju je preduzetnik voljan da proizvede i proda pri različitim nivoima njene cene. Preciznije, ponudu možemo definisati kao odnos između ponuđene količine neke robe i njene cene, pri ostalim nepromenjenim uslovima, kao što su: troškovi proizvodnje, cene supstituta i organizacije tržišta. Ponuda izražava, dakle, prodajnu spremnost proizvođača neke robe pri različitim nivoima cene te robe, *ceteris paribus*. Drugim rečima, ona pokazuje koje se količine neke robe mogu prodati pri svakom određenom nivou njene cene na određenom tržištu i u određenom vremenskom periodu.

SKALA I KRIVA PONUDE

Kao u slučaju potražnje, tako i kod ponude možemo koristiti skalu tržišne ponude u obliku tabele koja pokazuje količine koje će proizvođači biti voljni da ponude po određenim alternativnim cenama. Skalu ponude možemo definisati kao određeni niz alternativnih nivoa proizvodnje određene robe koju bi proizvođači bili spremni da obezbede za potrebe tržišta u zavisnosti od visine cene te robe. U tabeli 3 prikazan je hipotetički primer skale individualne i tržišne ponude za robu X.

Ako brojčane podatke iz količine 6. tabele 3 u koordinatni sistem u kome ordinate izražava cene, a apscisa ponuđene količine, dobićemo tačke A, B, C, D i E. Povezivanjem ovih tačaka dobijamo krivu tržišne ponude u obliku rastuće krive sa leva u desno. Ona pokazuje direktan ili pozitivan odnos između ponuđenih količina robe X i njenih tržišnih cena, pri ostalim nepromenjenim uslovima. Trebalo bi imati u vidu i ovde da se ponuđena količina odnosi na

određeni vremenski period i da je ona izražena u robnim jedinicama konstantnog kvaliteta.

Tabela 3: Skala individualne i tržišne ponude robe x izražena u 000 komada mesečno

Situacija	Tržišna cena (P)	Ponudene količine 3 grupe proizvođača			Skala tržišne ponude ($\sum Q_n$)
		Q1	Q2	Q3	
1	2	3	4	5	6
A	20	35	30	25	90
B	16	25	25	20	70
C	12	18	15	12	45
D	8	12	10	8	30
E	4	5	3	2	10

Positivan rastući nagim krive tržišne ponude objašnjava se delovanjem zakona padajućeg prinosa. Ako društvo želi više jednog proizvoda, ono mora zapošljavati sve veću i veću količinu jednog ili više faktora proizvodnje da bi obezbedilo određeno povećanje outputa tog proizvoda. Svaki novi dodatni radnik, na primer, u skladu sa zakonom padajućeg prinosa, donosiće sve manji i manji dodatni proizvod.

Proizvođač ce uvek biti spreman da ponudi veću količinu svojih proizvoda kad je *ceteris paribus*, tržišna cena relativno veća. Suprotno, ako je tržišna cena određene robe relativno niska proizvođač će vršiti restrikciju proizvodnje te robe i njene ponude. Drugim recima *zakon ponude* izražava direktnu ili pozitivnu, relaciju između ponudene količine neke robe i nivoa njene cene, pri ostalim ne promenjenim uslovima. Kada cena neke robe raste, ponudena količina ce, takodje, rasti jer je njena proizvodnja opstala profitabilnija. Suprotno kada cena neke robe padne smanjiće se ponudena količina jer ce njena proizvodnja postati manje profitabilna. Drugim recima, ponudene količine određenih dobara mi povezujemo sa njihovim tržišnim cenama podrazumevajući da se ostali uticajni faktori ne menjaju, kao sto troškovi proizvodnje, cene supstituta ili organizacija tržišta. Kriva ponude je po pravilu rastućeg nagiba usled delovanja zakona padajućih prinosa.

DETERMINANTE PONUDE

Preduzeće proizvodi i prodaje određenu robu na tržištu radi ostvarivanja profita, ne radi zabave ili milosrđa. Ovaj stav predstavlja osnovnu tačku za razumevanje ponašanja ponude preduzeća. Proizvođač ce nuditi veću količinu robe kada je cena visa samo zato sto ce to biti za njega profitabilnije. On ce smanjiti ponudu kada cene padnu da bi izbegao gubitak ili bankrot.

Osim tržišne cene postoji veći broj faktora koji deluju "iza ponude", utiču na ponašanje ponude preduzeća. Ovde ćemo pomenuti samo nekoliko najvažnijih kao sto su:

1. Troškovi proizvodnje

2. Tehnologija
3. Cene inputa
4. Cene supstituta proizvodnje
5. Organizacija tržišta
6. Porezi i subvencije i
7. Očekivane buduće promene u relativnim cenama.

ELASTIČNOST PONUDE

Kako u slučaju potražnje, tako je i kod ponude uveden koncept cenovne elastičnosti za merenje reagovanja obima ponuđene količine neke robe na promenu nivoa njene cene. Kao pokazatelj stepena osetljivosti obima ponuđene količine neke robe na promenu u nivou njene cene koristi se koeficijent cenovne elastičnosti ponude. On izražava odnos između procentualne promene u obimu ponuđene količine neke robe i procentualne promene u nivou tržišne cene te robe.

Po pravilu, koeficijent cenovne elastičnosti ponude će biti pozitivan, jer su krive ponude najčešće rastućeg nagiba, osim u slučajevima regresivne krive ponude.

REGRESIVNE KRIVE PONUDE

Kriva tržišne ponude će imati normalan oblik kada između ponuđene količine neke robe i nivoa njene tržišne cene postoji pozitivan odnos. Međutim, kada između ponuđene količine neke robe i nivoa njene tržišne cene postoji negativan odnos, kriva ponude će imati negativan nagib. Sa porastom tržišne cene neke robe ponuđena količina će opadati, umesto da raste i obrnuto, sa smanjenjem tržišne cene ona će rasti, umesto da opada. Ovakva odstupna od opšteg pravila (od zakona ponude) dolaze do izražaja u ponašanju ponude sitnih poljoprivrednih proizvođača, u ponašanju ponude zanatskih i ostalih sitnih robnih proizvođača i u ponašanju ponude radne snage najamnih radnika.

Nosioci regresivne ponude ne rukovode se uvek i u svemu situacijama kriterijumom maksimiranja razlike između ukupnog prihoda i ukupnih troškova. Do izvesnog nivoa cene njihove robe kriva ponude će biti rastuća, a zatim će početi da opada. Objašnjenje ovih odstupanja od zakona ponude sastoji se u tome da nosioci ponude određenih roba ne vrše ulaganja u njihovu proizvodnju radi maksimiranja profita, već radi ostvarivanja dohotka koji omogućava normalne uslove života. Taj cilj može ostvariti sa manjim obimom proizvodnje i prodaje proizvoda njihovog rada pri vašim tržišnim cenama. Niske tržišne cene primoravaju sitne robne proizvođače da proizvode i prodaju veću količinu svojih proizvoda kako bi obezbedili minimalan nivo životnih uslova. Na tržištu radne snage niske najamnine primoravaju najamne radnike da povećavaju ponudu svoje radne snage da više i duže rade, kako bi obezbedili najnužniji dohodak za

izdržavanje svoje porodice, dok im visoke najamnine omogućavaju da smanje prekomerno naprezanje i da uživaju nešto u slobodnom vremenu.

ODNOS PONUDE I POTRAŽNJE

U prethodnim poglavljima razmotrili smo odvojeno ponašanje potražnje i ponašanje ponude. Analiza potražnje pokazala je kako potrošača potražuje različite količine određene robe u zavisnosti od nivoa njene cene, a analiza ponude kako proizvođači nude različite količine neke robe u zavisnosti od nivoa njene cene. U slučaju potražnje, zavisnost između potraživanih količina i nivoa cene izvedena je iz potrošačeve težnje za maksimiranje korisnosti, a u slučaju ponude, zavisnost između ponuđene količine i nivoa tržišne cene izvedena je iz proizvođačeve težnje za maksimiranje profita. Konsekventno tome izvedene su individualne i tržišne (agregatne) skale i krive potražnje i ponude koje same za sebe pokazuju koje su količine određene robe potrošači spremni kupiti, a proizvođači prodati, pri određenim nivoima njene cene. Nijedna od njih, uzeta ponaosob, ne pokazuje na kom nivou će se stvarno formirati cena u datim tržišnim cenama. Može se postaviti pitanje: Sta se događa kada se potraživač i ponuđači susretnu na tržištu? Odgovor na ovo pitanje je, kako kaže Samuelson, da će snage ponude i potražnje na tržištu proizvesti ravnotežu cene i količinu, ili tržišnu ravnotežu.

Tržišna ravnoteža formira se na onom nivou cene i količine na kome su snage ponude i potražnje izjednačene. Na nivou ravnoteže cene količina robe koju kupci žele da kupe jednaka je količini koju su ponuđači voljni da prodaju. Na ravnotežnom nivou, cena i količina teže da ostanu konstantne (fiksne) onoliko dugo koliko ostali faktori ponude i potražnje budu nepromenjeni. Drugim recima, na ravnotežnom nivou ne postoji tendencija promene ravnotežne cene i ravnotežne količine.

Ako pri nepromenjenoj tehnici i ostalim uslovima proizvodnje dođe do promena u potrebama i ukusu potrošača, onda će doći do pomeranja potražnje i do promene ponuđene količine. Na primer, novi zahtevi potrošača za zdravom hranom doprinose povećanju potražnje za određenim proizvodima zdrave hrane i do povećanja ponuđene količine te robe. Bez unapređenja tehnologije i organizacije, povećanje ponude doprinosi bržem rastu ukupnih troškova po jedinici. Visoka cena P^x dovodi do povećanja ponuđene količine od Q_x na Q^1_x . Nova ravnoteža tačke postaće E.

Neka ekonomska dobra imaju potpunu fiksnu količinu ponude nezavisno od visine cene. Retka umetnička dela i prirodna dela, nenarušeni prirodi kvalitet zemlje i sl. mogu se koristiti u fiksnoj količini. Njihova količina se neće promeniti sa promenom nivoa njihove cene. Visoko plaćanje umetnika ili vrhunski stručnjak koji voli svoj posao nastaviće sa istrajnim radom i pri niskoj plati. U takvim i sličnim slučajevima kriva ponude je vertikalna u delu koji je relativan za analizu tržišne ravnoteže. Povećanje ili smanjenje nivoa cene neće uticati na povećanje ili smanjenje ponuđene količine.

U slučaju proizvodnje jednostavnih proizvoda, gde je moguće varirati obim proizvodnje u vrlo širokom intervalu bez promene troškova po jedinici, moguća je vodoravna (horizontalna) kriva ponude u delu relativnom za analizu tržišne ravnoteže. Na primer, kod proizvođača koji proizvodi nekoliko stotina sličnih tipova vijaka sa istom opremom i tehnologijom, obim proizvodnje od 80.000 vijaka dnevno zahteva iste uslove proizvodnje kao i obim proizvodnje od 80.000 komada. Troškovi proizvodnje po jednom vijeku isti su na oba nivoa obim proizvodnje. Promena potražnje u takvim uslovima povećava količinu ponude, ali ne i tržišne cene zbog toga što iza ponude stoje konstantni troškovi proizvodnje po jedinici.

Promena u ponudi i potražnji osnovnih poljoprivrednih proizvoda imaju specifičan uticaj na tržišnu ravnotežu posebni na ravnotežu u drugom roku. Statistička istraživanja su pokazala da porast populacije i dohotka prouzrokuje povećanje potražnje osnovnih poljoprivrednih proizvoda. Međutim, osnovni poljoprivredni proizvodi, kao što je naprimer, hrana predstavljaju neophodna dobra koja imaju nisku dohodovnu elastičnost. Tokom vremena pomeranja u potražnji za poljoprivrednim proizvodima bila su relativno manja od rasta prosečnog dohotka. U isto vreme, na strani ponude dogodile su se krupne promene u tehnologiji i organizaciji poljoprivredne proizvodnje (uvedene u visokoproduktivne mašine, navodnjavanje, genetska selekcija biljaka, is l.) koje su omogućile brzi porast produktivnosti u poljoprivrednoj proizvodnji u odnosu na mnoge industrijske grane. To je prouzrokovalo veće pomeranje krive ponude u desno od pomeranja krive potražnje. Posledica tog različitog pomeranja je veće smanjenje tržišnih cena poljoprivrednih proizvoda u odnosu na povećanje ponude tih proizvoda. Samuelson je zaključio da nevolje poljoprivrede proizilaze iz ekspanzije ponude i cenovno neelastične potražnje.

Potpunija analiza efekata promena u ponudi i potražnji na ravnoteženi položaj preduzeća i grane ne iscrpljuje se navedenim primerima. Ona bi trebala da bude, pored navedenog dopunjena i analizom efekata tih promena na tržište kapitala i rada, kao in a tržište odgovarajućih supstituta. Drugim recima, potrebno je obuhvatiti čitav niz međusobno povezanih tržišta kod kojih postoji međusobni uticaj na proces uspostavljanja tržišne ravnoteže.

ZAKLJUČAK

Kada god odete u prodavnicu da nešto kupite, vi doprinosite tražnji za tim artiklom. Kada god tražite posao, doprinosite ponudi usluge radne snage. Posto ponuda i tražnja predstavljaju tako sveprisutne fenomene, model ponude i tražnje predstavlja moćan instrument analize. Ovaj model stalno ćemo koristiti u narednim poglavljima.

Ponuda i tražnja zajedno određuju cene mnogih različiti dobara i usluga u ekonomiji; cene, sa druge strane, predstavljaju signale koji upravljaju alokacijom resursa.

Razmotrimo, na primer, alokaciju zemljišta uz more. Postoji je količina tog zemljišta ograničena, ne može svako da uživa u luksuzu da živi uz plažu. Cena zemljišta uz more prilagođava se dok tražena količina zemljišta ne bude potpuno jednaka ponuđenoj količini. Dakle, u tržišnim ekonomijama, cene predstavljaju mehanizam za raspored oskudnih resursa.

LITERATURA

1. Begg, D., Fischer S. & Dornbusch, R. (2010) *Ekonomija*, 8. izdanje, Beograd: Data Status.
2. Meta, M. (2012) *Mikroekonomska analiza*, Novi Pazar: Internacionalni Univerzitet u Novom Pazar.
3. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. (2000) *Ekonomija*, 15. izdanje, Zagreb: Mate.

PREDUZETNIČKA PRILIKA I BIZNIS IDEJA

Zehra Kalač

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

Zana Tutić

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Preduzetništvo je obeležje tržišnih privreda i razvijenih ekonomija i daje najbolje rezultate u takvoj poslovnoj klimi i ambijentu. Međutim, preduzetništvo svoju reafirmaciju doživljava u zemljama koje se vraćaju otvorenoj tržišnoj privredi. Ono je u njima nada za hiljade ljudi koji ostaju bez posla i koji žele da pokrenu neki sopstveni posao i tako reše problem egzistencije svoje porodice i daju doprinos bržoj promeni privredne strukture i definitivnom napuštanju zaostalosti i siromaštva.

U osnovi, preduzetnici prepoznaju priliku i pretvaraju je u uspešan biznis. **Prilika** je povoljan skup uslova koji stvaraju potrebu za novim proizvodima, uslugom ili biznisom. Većina preduzetničkih poduhvata nastaje na jedan od dva načina. Neki preduzetnici imaju eksterni podsticaj. U ovom slučaju, preduzetnik odlučuje da pokrene preduzeće, **traži priliku i prepoznaje je**, a zatim pokrene biznis, kao što je uradio Jeff Bezos kada je pokrenuo Amazon.com. Bezos je 1994. godine napustio svoj dobro plaćen posao u investicionoj firmi u Njujork City-u, i zaputio se ka Seattle-u sa planom da pronađe atraktivnu priliku i pokrene preduzeće koje će se baviti elektronskom trgovinom. Ostali pak preduzetnici imaju interni podsticaj. Preduzetnik prepoznaje **problem ili prazninu na tržištu** i odlučuje da je popuni.

Bez obzira na koji od dva navede načina preduzetnici pokrenu novi biznis, prilike je ipak teško uočiti. Identificiranje proizvodne, uslužne ili poslovne prilike koja nije samo drugačija verzija nečega što već postoji je izuzetno teško. Vrlo česta greška koju preduzetnici čine prilikom identificiranja prilike je da izaberu proizvod ili uslugu koju vole i koju često koriste, a zatim nastoje uspostaviti biznis baziran na kreiranju samo bolje verzije istog. Iako se ovakav pristup čini razumnim, preduzetnici rijetko tako postupaju. Ključ za prepoznavanje prilike je identificiranje proizvoda ili usluge koje ljudi trebaju i koje su spremni kupovati, a ne onih koje preduzetnik želi proizvoditi i prodavati. Prilika ima četiri osnovne karakteristike: (1) privlačna je (2) održiva (3) pravovremena i (4) ostvarena u proizvodu, usluzi ili poslu koji stvara ili dodaje vrednost za kupca ili krajnjeg korisnika. Kako bi preduzetnik kapitalizirao

priliku „prozor prilike” mora biti otvoren. Izraz „prozor prilike” je metafora koja opisuje realni vremenski period u kojem preduzeće može ući na novo tržište. Kada se uspostavi tržište za novi proizvod, njegov „prozor prilike” je otvoren. Kako se tržište razvija, preduzeća nastoje uspostaviti profitabilnu poziciju na njemu. U određeno vrijeme, tržište „sazrijeva” i „prozor prilike” se zatvara. Ovakav je slučaj bio sa internetskim pretraživačima čije je tržište brzo raslo. Naime, 1995. godine pojavio se prvi internetski pretraživač Yahoo!, što je ubrzo bilo praćeno pojavom novih internetskih pretraživača kao sto su: Lycos, Excite, Hotbot, AltaVista i ostali. Google se pojavio na tržištu 1998. godine, unapređujući tehnologiju internetskog pretraživanja. Nakon toga, tržište internetskih pretraživača je postalo zasićeno, i „prozor prilike” se u velikoj meri zatvorio. Danas bi bilo veoma teško određenom preduzeću da uspostavi novi internetski pretraživač i da ostvari uspeh, osim ukoliko ne bi ponudilo izuzetne nove prednosti internetskog pretraživanja u odnosu na postojeće konkurente i ukoliko ne bi pronašao posebnu markentišku nišu i zauzelo je na adekvatan način.

Važno je razumeti da prilika i ideja nisu isto. **Ideja je misao, utisak ili pojam.** Ideja može ali i ne mora ispunjavati kriterije prilike. Ovo je od izuzetnog značaja, jer mnogi preduzetnički poduhvati ne uspeju ne zbog toga što preduzetnici koji su ih pokrenuli nisu radili dobro, već zbog toga što nikad nije postojala prava prilika. Pre nego se postane previše uzbuđenim oko ideje, potrebno je proveriti da li ideja zadovoljava određenu potrebu i da li zadovoljava kriterije prilike.

ULOGA I ZNAČAJ POSLOVNOG PLANA

Poslovni plan predstavlja celovitu, dobro pripremljenu i struktuiranu dokumentacionu osnovu, koja služi kao preduzetnikov vodič u procesu realizacije zamišljenog poslovnog poduhvata i dostizanja njegovih ciljeva. On sadrži odgovore na ključna pitanja koja preduzetnik postavlja sebi i koja će verovatno postaviti potencijalni finansijeri, partneri u poslu i zaposleni. Zato je poslovni ili biznis plan detaljna i sveobuhvatna razrada svrhe preduzetničkog poduhvata i dokazivanja da vredi slediti uočenu priliku i šansu.

U teoriji i praksi preduzetništva prisutno je dosta dilema u smislu šta je zapravo planiranje u ovoj vrsti posla, da li je potrebno, koje metode valja koristiti, na šta staviti akcenat. Preporuke i iskustva su dosta različiti, zavisno od delatnosti kojoj pripada konkretan preduzetnički poduhvat, stepena inovativnosti, rizika i neizvesnosti, obima ulaganja i ciljeva koji se mogu postići. Oni koji u poslovnom svetu smatraju da plan nije potreban opravdavaju to mišljenje da je preduzetnički poduhvat atipičan posao, drugačiji od poslova u tradicionalnom i klasičnom smislu, kojima je plan svojstven. Preduzetnici su ljudi od akcije, oni su ti koji kreiraju i otpočinju realizaciju posla i imaju sve akcije u svojoj glavi, ne treba da sede i pišu, simuliraju i projektuju, gubeći tako dragoceno vreme. Međutim, ozbiljan posao je nemoguće voditi samo na osnovu

osećaja, intuicije i iskustva, već je uz te lične predispozicije preduzetnika potrebno obezbediti i odgovarajuće podatke i informacije, kao novo znanje. Ono će omogućiti da se na sistematičan i celovit način sagledaju prilike i pretpostavke za realizaciju projektovanih poslovnih ciljeva.

U savremenim uslovima poslovanja, za koje su karakteristične brze i neočekivane promene u tražnji tehnologiji i kod konkurencije, priprema i donošenje biznis plana su neminovnost i prva garancija ozbiljne i odgovorne namere da se uđe u poslovni poduhvat. Plan više nije obaveza ili privilegija samo velikih preduzeća i kompanija, već osnovni i jedan od najvažnijih instrumenata u glavama i rukama svih koji žele uspešnu realizaciju poslovnih ideja i uspešno funkcionisanje poslovnog procesa. Kroz njega se kreira put kojim se stiže iz startne u buduću ili željenu poziciju, sa što manje propusta, grešaka, skretanja i gubljenja vremena. Znači, direktan i što kraći put, pri čemu je start odabrana poslovna ideja, a cilj njena realizacija u vidu profita i poslovnog uspeha. Izradom biznis plana, potencijalne greške sa prave na papiru, a ne na tržištu.

PREDUZETNIČKE IDEJE

Preduzetnička ideja predstavlja impuls, podsticaj i pokretač volje, ne mere i energije preduzetnika da svoje sposobnosti usmeri ka odabranom cilju. To je prvi korak kojim preduzetnik započinje svoje prvo putovanje kroz svet biznisa, pa je stoga izuzetno važno odabrati pravu ideju. To je i prvi ozbiljan izazov, koji ima dalekosežne posledice na tok i ishod preduzetničkog poduhvata. A koja ideja je prava? Ona koja je dobra kombinacija preduzetničke vizije, mašte, imaginacije i preduzetničkih potencijala sa jedne strane, i realnog tržišnog stanja, koje se ispoljava preko nezadovoljenih potreba, sa druge.

Da li neko ima želju i teži da postane preduzetnik to zaista i može pokazuje se najpre kroz (ne)mogućnost pronalaska prave biznis ideje kao pokretačke snage poslovnog procesa.

Kako se dolazi do preduzetničke ideje? Nema recepta, nema pravila, nema modela. Ima veoma različitih iskustava i mnogobrojnih mogućnosti i šansi, jer svaki problem može biti ideja, može biti dobra prilika. Zato je i osnovno obeležje preduzetničkih poslova to da nema dva identična, nema duplikata, svaki posao je originalan, drugačiji.

Preduzetnička ideja može biti delo samog preduzetnika ili je preduzetnik može obezbediti iz raznih drugih izvora. Izvori preduzetničkih ideja mogu biti vrlo različiti, pri čemu preduzetnici mogu sami tragati za idejama, mogu angažovati druge pojedince ili agencije osposobljene za pronalaženje i stvaranje ideje, a mogu i jednostavno kupiti ideju. U procesu dolaženja do ideje preduzetnik treba da ima osmišljenu, planiranu akciju kako ne bi nepotrebno gubio vreme i pravio troškove. S obzirom da potencijalno dobrih ideja ima na sve strane, preduzetnik ili angažovani pronalazač ideja mora se koncentrisati na oblasti užeg interesovanja, recimo na oblasti bliske profesiji, onome što

preduzetnik zna da radi ili što je već ranije radio. U traganju za idejama preporučuje se intenzivna aktivnost, kretanje, kontaktiranje, posmatranje, osluškivanje i permanentno razmišljanje.

Mogući izvori dobrih poslovnih ideja su: potrošači i kupci, zaposleni, dobavljači, distributeri, državni organi i institucije, naučne i stručne publikacije, privredne izložbe, sajmovi i slične manifestacije, hobi, lično iskustvo. Istraživačke aktivnosti treba najpre usmeriti prema:

- problemima u postojećem sistemu potrošnje i otkrivanju eventualnog nesklada, neravnoteže;
- promenama kod direktnih konkurenata i njihovih izuma i noviteta;
- novim tehnološkim rešenjima i dostignućima u oblasti preduzetničkog interesovanja, jer su one sve češće najbolji izvori ideja za nove poslovne poduhvate;
- promenama u državnoj regulativi radi uočavanja koje se delatnosti i razvojni procesi stimulišu a koji destimulišu;
- društvenim trendovima i procenama verovatnoće porasta inovativnih mogućnosti u određenim oblastima;
- promenama u demografskoj strukturi i demografskim kretanjima.

Petar Drucker, već pominjani i citirani eminentni svetski stručnjak za menadžment i preduzetništvo, govori o sistemske inovaciji kao izvoru inovativnih mogućnosti. Za njega je sistemska inovacija „svrsishodno i organizovano traganje za promenama, tako da se u okviru sistemske analize mogućnosti takvih promena mogu prihvatiti kao ekonomske i socijalne inovacije”. Tako je moguće identifikovati sedam izvora inovativnih mogućnosti, od kojih se četiri u okviru sektora proizvodnje ili usluga, i ljudi iz tih sektora ih mogu prepoznati, a ostala tri izvora su van ovih područja.

Izvori inovativnosti iz internog okruženja:

(1) *Neočekivano*. To je bogat izvor inovativnih mogućnosti koje treba tražiti i prepoznati: kroz neočekivani uspeh, neočekivani promašaj i neočekivani spoljni uticaj.

(2) *Nepodudarnost*. Kao izvor inovacija identifikuje više vrsta neslaganja i razlika, poput onih između ekonomske stvarnosti i pretpostavki o njoj, između opaženih i stvarnih vrednosti i očekivanja klijenata, kao i nepodudarnosti u okviru ritma ili logike procesa.

(3) *Mogućnost za inovacije zasnovane na potrebi procesa*. To je izvor novih saznanja ili postojećeg poslovnog procesa - pronalaženja u njemu nedostajućih karika ili elemenata i iz svesti o postojanju boljeg načina traženja rešenja.

(4) *Privredne i tržišne strukture*. Kao inovativne mogućnosti mogu poslužiti promene ovih struktura koje se ispoljavaju u slučaju kada privredna grana raste brže od privrede u celini, zatim kada grana vrlo brzo raste pa ostaje neudovoljena tražnja u nekom tržišnom segmentu, ili kada se brzo menja način obavljanja poslova u grani koja je zrela za promene.

Izvori inovacionih mogućnosti iz eksternog okruženja:

(1) Demografska kretanja, kao faktor sa velikim potencijalom inovacija.

(2) Promene u opažanjima, raspoloženjima i značenjima su značajan izvor inovativnih mogućnosti koje proizilaze iz iskustva, iz svesti o mogućnosti i iz zasnovanosti inovacija na percepcijama preduzetnika.

(3) Novo znanje je izvor inovacija koji se razlikuje od svih drugih i koji je moćniji od svih drugih, a podrazumeva kako naučno i tehničko znanje, tako i stečeno ili iskustveno znanje. Inovacije zasnovane na znanju mogu se koristiti za sticanje konkurentne prednosti, za stvaranje tržišta i za nove privrede, pri čemu treba računati da su rizici kod ovih inovacija veliki ali da je veliki i profit, što zavisi od uspešnosti preduzetničkog menadžmenta.

ZAKLJUČAK

Pojam preduzetništvo sadrži u sebi kreativnost, predvidivost, prilagodljivost i akcijsku orijentisanost, koja odgovara vremenu delovanja. Neki pisci tome dodaju unutrašnje kombinovanje i povezivanje proizvodno – poslovnih činilaca, organizovanje, kontrolisanje, podsticanje i operativno vođenje procesa poslovanja. Na taj način pojam preduzetništva, u stvari obuhvata i one sadržaje koje drugi pripisuju menadžmentu. Ipak ostaje da su osnove preduzetništva: nemir, imaginacija, dinamika, težnja za uspehom, samouverenost, motivisanost, odlučnost i borbenost – kvaliteti koji su vezani za ličnost preduzetnika.

LITERATURA

1. Kalač, B., Jokić, D. (2009) *Preduzetništvo*. Beograd.
2. Kalač, B., Samardžić, M. (2010) *Menadžment usluga*. Beograd.
3. Jokić, D. (2005) *Preduzetništvo*. Naučni i istraživački centar Užice, Beograd.
4. Radosavljević, Ž. (1998) *Teorija i praksa savremenog menadžmenta*. Beograd.

USKLAĐIVANJE LIKVIDNIH SREDSTAVA I DOSPELIH OBAVEZA

Zehra Hajdaragić

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

Belkisa Mavrič

Student 2. godine Departmana za ekonomske nauke

UVOD

Likvidnost predstavlja sposobnost dužnika da novčane obaveze podmiruje u rokovima njihovog dospeća. Kada je u pitanju preduzeće, kao privredni subjekat, koje u obavljanju svoje poslovne aktivnosti ulazi u poslovno – pravne odnose sa drugim preduzećima, ta sposobnost je uslovljena mnogim faktorima koji deluju pojedinačno i uzajamno zbog čega ih je teško izolovano posmatrati i analizirati, iz razloga što utiču i na rentabilnost preduzeća, kao njegov dugoročni cilj.

PRINCIP FINANSIJSKOG UPRAVLJANJA

Princip finansijskog upravljanja zavisi od ciljeva poslovanja preduzeća koji su ujedno i ciljevi finansijske funkcije. Upravljanje elementima likvidnosti treba posmatrati u sklopu zajedničkih ciljeva. One se sastoje u tome da se upravljanjem elementima likvidnosti postiže uredno izvršavanje dospelih obaveza.

Bitan element upravljanja likvidnošću čini spisak izvora za nadoknađivanje nepredvidivog odliva novca. Taj potpis sadrži sledeće izvore:

- Trenutne rezerve (višak novca, neiskorišćene kredite...)
- Negocijabilne rezerve (dodatni bankarski I dugoročni krediti).

Kada se ima u vidu smanjenje planiranog odliva onda moramo spomenuti:

- Smanjenje u kvantitativnom smislu (promena planirane proizvodnje poslovanja)
- Promene predviđenih mera (marketing, kapitala ulaganja)
- Izmene iz osnova pojedinih vrednosti (isplata dividendi)

S obzirom da se likvidnost odnosi na sposobnost preduzeća da uredno izvršava svoje kratkoročne obaveze, to se upravljanje likvidnošću odnosi na upravljanjem relevantnim elementima koji su kratkoročnog karaktera bilo da se odnosi na obaveze ili sredstva. U tom smislu i ukupan apsolutni iznos raspoloživih likvidnih sredstava ne predstavlja gotovo nikakvu veličinu na osnovu koje bi se mogli zaključiti da li je ta visina likvidnih sredstava rezultat

dobrog upravljanja sa tim elementom likvidnošću ili lošeg. Uže gledano upravljanje elementima likvidnosti posmatra se samo kroz upravljanje obrtnim sredstvima i upravljanje obavezama.

Politika likvidnosti poslovanja je opterećena velikim brojem zahteva. Ti uslovi su i eksterni i interni i oni su promenljivi i vrlo često su predvidivi. Tipičan eksterni uslov je inflatorno kretanje vezano za valutni sistem. U tom slučaju preduzeće ne zna da će se naplaćivanje dospеле obaveze završiti na obračunavanju zatezних kamata ili će to imati za posledicu plaćanja određenih sankcija, što može dovesti do prekida u poslovanju preduzeća. Ove okolnosti nameću potrebu da se unapred odrede određeni uslovi upravljanja elementima likvidnosti.

Kada kreditori osete da je preduzeće insolventno, nesposobno za plaćanje svojih obaveza, oni će odmah pristupiti realizaciji pojedinih sredstava od koga preduzeće potražuje, ili će upravljane preduzećem uzeti u svoje ruke. Ovo može dovesti preduzeće u neželjeni položaj, ekonomski rečeno "pokretanje stečaja".

Međutim, ekonomski rukovodioci veštим upravljanjem elementima likvidnosti pokušaće da se odupru ovoj negativnoj posledici, tj. nastajanju nesolventnosti. Ažurno praćenje ukupnih likvidnih sredstava omogućava rukovodiocu da u svakom momentu može efikasno upravljati elementima likvidnosti, posebno kada se odnosi na pretvaranje nelikvidnih sredstava u novac. To mu omogućava preuzimanje određenih mera, da sa raspoloživom gotovinom upravlja likvidnim sredstvima kako bi se održala likvidnost preduzeća.

Uz pomoć utvrđivanja maksimalno mogućih novčanih sredstava za konvertovanje u novac daje nam osnovu za vršenje aktivnosti na upravljanje elementima likvidnosti, što predstavlja polaznu osnovu za upravljanje likvidnošću sa namerom obezbeđivanja tzv. dovoljne likvidnosti.

Pojam tzv. dovoljne likvidnosti nam govori da rukovodilac finansijske funkcije odlučuje koje će se obaveze opravdano platiti tj. likvidirati, a koje će obaveze biti ostavljene za kasnije vreme.

Rukovodstvo koje odlučuje o dovoljnoj likvidnosti ima pred sobom dva kompletna pregleda:

- Pregled svih podataka, aktivnosti I mera koji se odnose na utvrđuje nenovčanih sredstava I optimalnih obrtnih sredstava,
- Pregled svih podataka, aktivnosti I mera koje se odnose na optimalnost postojećih obaveza.

Pod pojmom likvidnosti može se smatrati sposobnost privrednog subjekta da u roku dospelosti obaveze obezbedi likvidna sredstva za njeno izvršavanje. Prema tome, kada kažemo da je neko preduzeće likvidno, znači da ono uredno izvršava svoje poslovne obaveze, tj. da obezbeđuje i da ima obezbeđena likvidna sredstva za izvršavanje svojih dospelih obaveza, uz neometano odvijanje svog tekućeg planskog poslovanja.

Mogućnost za rešavanje problema likvidnosti se suštinski razlikuje kad je u pitanju tretman poslovanja. U normalnim uslovima tržišnog privređivanja za rešavanje likvidnosti postoje pretpostavke da se ona stvarno i uspešno rešava

počev od liberalizacije uslova poslovanja do slobodnog tržišta novca i kapitala i obrnuto.

Na likvidnost preduzeća može i te kako da utiče i izbor vrednosnih papira, tj. sigurnost da će uložena visina glavnice, kao i naplata kamate koje su vezane za taj vrednosni papir biti naplaćene na vreme. Ukoliko se ne poznaje dovoljno bonitet izdavaoca vrednosnog papira, može se doći u situaciju ne samo da se na vreme ne plati glavnica i kamata već da će se vrednosni papir morati prodati po nižoj ceni od stvarne (nominalne) cene, pa čak i da ne bude uopšte naplativ.

Praksa je pokazala da najveći stepen i sigurnost pruža papir vladinog trezora što nam govori da pravilan izbor vrednosnog papira ima uticaj na značaj likvidnosti. Ovakve pogodnosti nam dozvoljavaju da ulaganja gotovine u vrednosne papire (sertifikati) stvaraju uslove predostrožnosti i stručnosti.

Svakom pravnom subjektu nije u interesu da umrtvi svoja sredstva već mu je u interesu da ih oplodi tj. ostvari što veći višak sredstava, veći profit. Višak likvidnih sredstava je vanredno sredstvo da se preduzeće zaštiti od neželjenih efekata prvenstveno od odliva sredstava (plaćanja). Taj višak likvidnih sredstava definiše se i kao tzv. saldo predostrožnosti.

Višak gotovine koji se mora predvideti u planu likvidnosti mora sadržati i minimalni iznos viška gotovine u visini tzv. likvidne rezerve. Međutim, to ne zanči da svako preduzeće mora da ima višak likvidnih sredstava.

ZAKLJUČAK

Osnovni cilj finansijske politike u preduzeću, diktira obezbeđivanje minimalne likvidne rezerve, se sastoji u ostvarivanju maksimalnog prinosa sredstava održavanja likvidnosti.

Sušтина je ostvarivanje tzv. optimalne likvidnosti, pod kojom podrazumevamo ispunjavanje uslova da preduzeće bude sposobno za plaćanje, tj. da ima dovoljno likvidnih sredstava da tu sposobnost održava na najracionalnoj osnovi, kako bi se nesmetano odvijalo tekuće poslovanje preduzeća.

Za vođenje kompletnog finansijskog upravljanja elementima likvidnosti važno je unapred utvrditi određene proračune koje možemo nazvati specifičnim finansijskim pokazateljima likvidnosti.

Likvidnost znači sposobnost dužnika da novčane obaveze podmiruje u rokovima njihovog dospeća. Kada je u pitanju preduzeće kao pivredni subjekt, koje u obavljanju svoje poslovne aktivnosti ulazi u imovinsko pravne odnose sa drugim preduzećima ta sposobnost je uslovljena mnogim faktorima koji deluju pojedinačno i uzajamno zbog čega ih je teško izolovano posmatrati i analizirati. Ovo je u toliko pre što ti isti faktori utiču i na rentabilnost preduzeća, kako njegov primarni dugoročni cilj, odakle i potiče elementarna dilema finansijskog upravljanja kako zahteva za maksimiranjem rentabilnosti uskladiti sa neophodnošću održavanja tekuće likvidnosti.

LITERATURA

1. Ivaniš, M., Nešić, S. (2011). *Poslovne finansije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
2. Jokić, D., Kalač, B., Samardžić, M. (2009) *Finansijske strategije*. Beograd: Visoka škola strukovnih studija.

DOSTOJANSTVO ČOVJEKA JE MOGUĆE UNIŠTITI ALI NE I PORAZITI

Anida Kalač

Učenik 4. godine Gimnazije "30. septembar" u Rožajama

PROLOG

Razmišljam o ovoj temi! Pitam se da li je to početak istinske katarze, kako moje, tako i generacije kojoj pripadam. Zacijelo, ovdje želim da govorim iz srca, i uma, podjednako! Zato, ova je tema pravi izazov da vratim sjećanje, odnosno oživim misao o dostojanstvu jedne filozofske ličnosti, koju je Atenski (ne)demokratski sud uništio, ali mu dostojanstvo nije uspio poraziti.

U PITANJU JE VJEČNI SOKRAT

Jasno, u pitanju je mislilac Sokrat, njegov život, kao i smrt koja je najavila novi zivot istaknutog filozofa, utemeljivača etike, učenja o dobru i zlu. Sokratove riječi pamtimo, kako one koje je govorio svojim učenicima, tako i one koje su ga Apologijom, pred sudom, odvele u vječiti smiraj. Odlaskom na drugi svijet, Sokrat se preselio u vječnost, i postao neiscrpna i neizreciva inspiracija literature. Na taj način, ovaj Atenski mislilac je postao izazov za ljudsko dostojanstvo.

PREDLAGALI SU SOKRATU DA SE ODREKNE MIŠLJENJA I DA NAPUSTI ATENU

Kao što je poznato, još tada prije dvije hiljade i skoro petsto godina, Sokrat je optužen od korumpiranih i podmitljivih zanatlija, koji su bili nagovoreni od praznovjernih sofista, koji su skupo naplaćivali svoja predavanja o nebulozama. Smetalo im je što Sokrat okuplja najbolju omladinu oko sebe i besplatno im drži predavanja, i zato su želeli da ga unište. Sokrat je zato, svojom izuzetno osmišljenom odbranom potpuno porazio svoje protivnike, i doveo ih svojom ironijom u neznanje. No, takav predlog sudskog vijeća i tužitelja, Sokrat nije prihvatio! Sokrat nije promijenio mišljenje i svog učenja se nije htio odreći, jer to više ne bi bio Sokrat. Da podsjetimo, govorio je javno na trgovima o slobodi i dostojanstvu, znanju i neznanju. Budio je u mladim ljudima vizije, kako bi stvorili svoj pogled na svijet. Učio je omladinu da razvijaju vrline, i da vjeruju u jednog Boga. Savjetovao je "Vrlina je znanje". Progovori da znam ko si! Govorite mudro i razgovjetno. Budite pametni, dostojanstveni i hrabri, budite slobodni. Znanje je kap, a neznanje je more. More u kapi, ili kap u moru. Idite kuci pjevajući! Budite optimisti do kraja. Odaberite svoj poziv koji ćete voleti,

kao što volite svog najbližeg. Odabrano zanimanje će vas štititi od naručenih tužbi i presuda. Ne dozvolite da vas poraze, nadvisite ih znanjem. Shvatite, vlast nije konačna vlast.” Sokrat je bio starogrčki mislilac, samim tim autički. Jasno, bio je to filozof koji se bavio etičkim i antropološkim pitanjima. Bio je i ostao utemeljivač etike, trasirao je put univerzalnosti ove discipline koja uči da čovjek ostane dostojanstven u vremenu u kojem živi. Po presudi Atenskog sudskog vijeća koje je brojilo 500 članova (glasanje je bilo 270 prema 230), osuđen je na smrt, koja je nastala ispijanjem otrova kukute.

UMJESTO EPILOGA - SMRT KOJA JE POBIJEDILA SEBE

Sokratova posljednja želja je bila: "Vaspitavajte i vi moju djecu, kao što sam ja vaspitavao vašu." Najzad, tragove Sokratovog života i mi živimo, poslije njegove smrti. Živimo u uvjerenju da duša Sokratova egzistira. Filozofa smrt je početak novog života. Smrt je njegovo uzvišeno dostojanstvo. Tužitelji i sudci su imali zadaću, da montiraju tužbu i presudu po nalogu i po čudnoj narudžbini.

Time su radili za sebe, što je čin prljavih tužitelja i sudija. Kao što je poznato, Sokrat je radio za mladež, za druge, za čitav svijet. Zato mu takvi tužitelji i sudije, koji od drveta nisu mogli vidjeti sumu, zacijelo nisu mogli ni poraziti. Na kraju, Sokrat je uzvišeno i ponosno govorio o dostojanstvenom životu, a time je sve nadvisio u svom vremenu i transendirao svoju smrt! Zato, zasljepljeni i glupi nisu razumjeli Sokrata, smrt i smrtovanja nas uče kako da razumijemo Sokratovu misao i njegovo dostojanstvo. Sokrat nas uči kako se održava i stvara misao, osjeća vjera, kako se treba boriti za uzvišeno dostojanstvo čovjeka. Zato pred nama vječno lebdi dostojanstveni Sokratov lik, koji pada širokim Atenskim avenijama, kao i sjenke koje Sokrat nas uči kako se održava i stvara misao, osjeća vjera, kako se treba boriti za uzvišeno dostojanstvo čovjeka. Zato pred nama vječno lebdi dostojanstveni Sokratov lik, koji pada širokim Atenskim avenijama, kao i sjenke koje upućuju i podstiču mlade da slobodno misle i dosežu horizontalne ljepote.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд
33:378

STUDENTSKI izazovi : studentski časopis
Departmana za ekonomske nauke
Internacionalnog Univerziteta u Novom Pazaru
/ glavni i odgovorni urednik Ajla Šehović. -
God. 1, br. 1 (maj 2012)- . - Novi Pazar
(Dimitrija Tucovića bb) : Univerzitet u Novom
Pazaru, 2012- (Kraljevo : GrafiColour). - 25 cm
Godišnje
ISSN 2217-9356 = Studentski izazovi
COBISS.SR-ID 191350284