

UNIVERZITET U TRAVNIKU

PRAVNI FAKULTET

**EKONOMSKE OSNOVE
DRŽAVE I PRAVA**

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

UNIVERZITET U TRAVNIKU

PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE – IV

FAKTORSKA TRŽIŠTA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

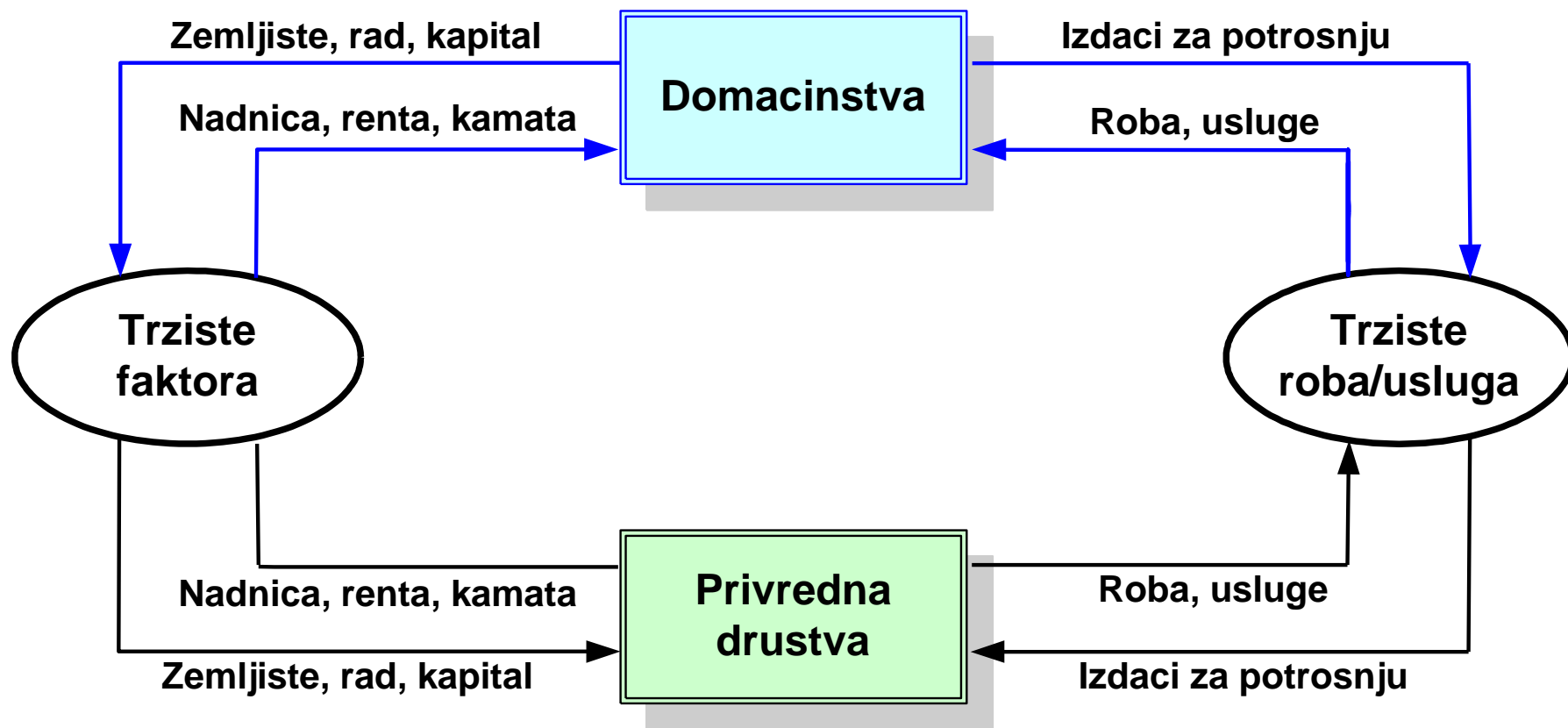
TRŽIŠTE FAKTORA PROIZVODNJE

- Tržište na kojem se prodaju i kupuju prirodni resursi, rad i kapital je tržište faktora proizvodnje.
- **Na ovom tržištu prodavci su domaćinstva a kupci privredna društva.**
- Određivanjem cijena faktora proizvodnje određuje se dio ukupno proizvedene vrijednosti koji pripada njihovim vlasnicima, odnosno vrši se funkcionalna distribucija dohotka, koja u najvećoj mjeri određuje i **personalnu distribuciju dohotka**.

Inputi proizvodnje

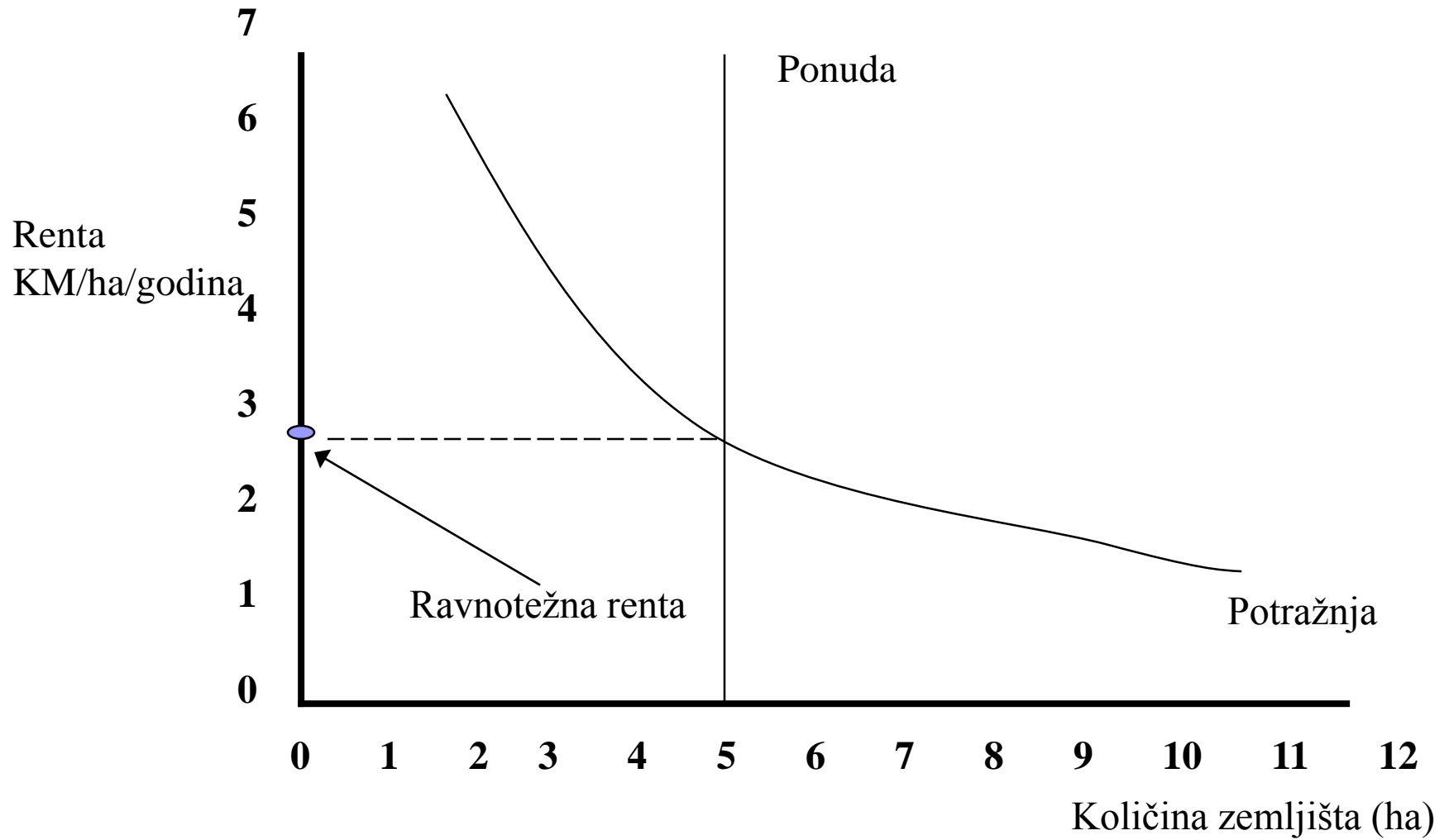
- **Fiksni inputi** – inputi čije količine nije jednostavno mijenjati sa promjenom obima proizvodnje (građevinski objekti, oprema ili visokospecijalizirana radna snaga)
- **Varijabilni inputi** – inputi čije količine je moguće brzo i jednostavno mijenjati (repromaterijal, energija ili broj sati rada)

Tržište roba/usluga i faktora proizvodnje



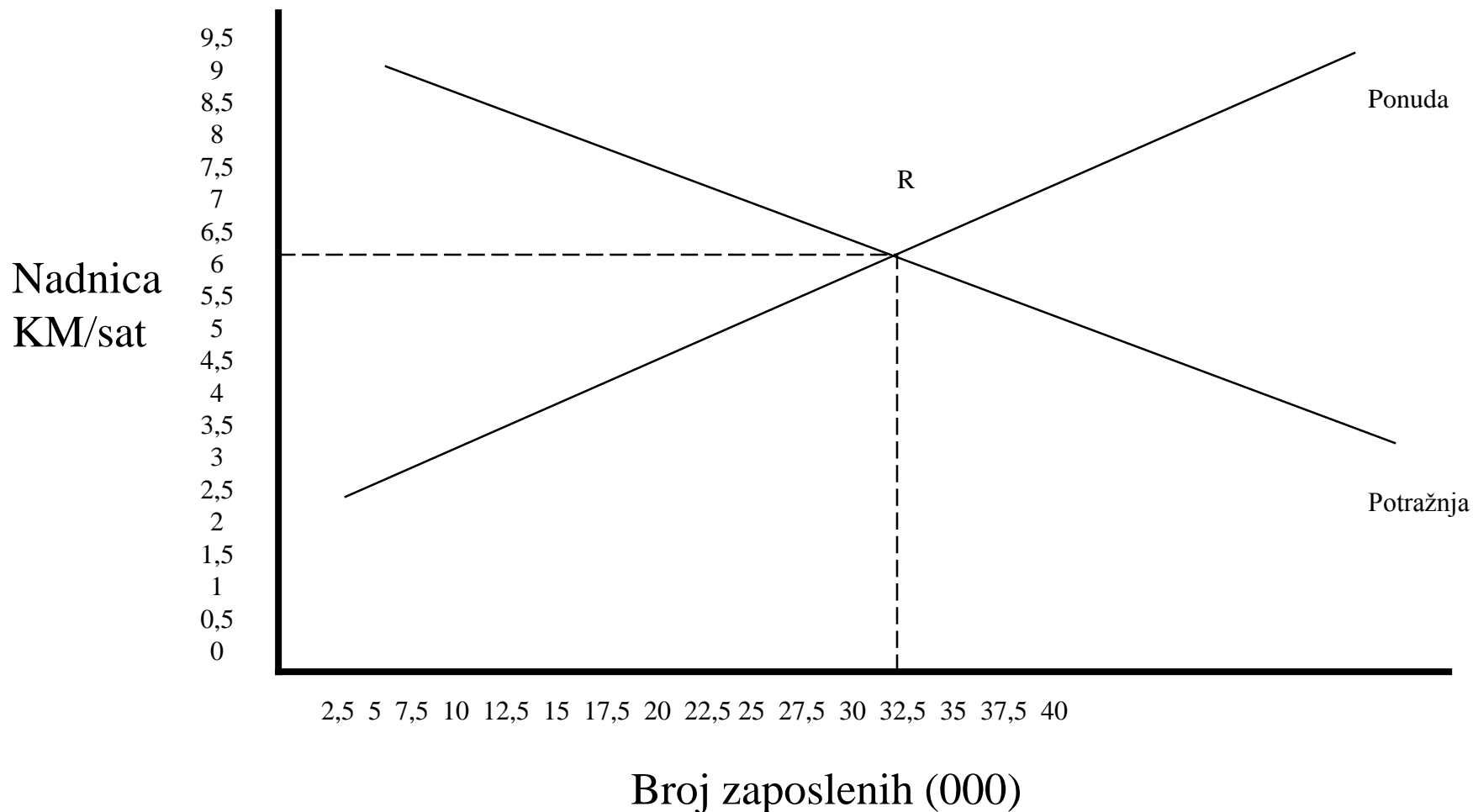
Ponuda i potražnja prirodnih resursa (zemljište, rad, kapital)

- Zemljište ima prirodne sposobnosti proizvodnje i uključuje prednost lokacije
- Najveća karakteristika-ograničenost
- Zbog toga je ponuda zemljišta u odnosu na cijenu savršeno neelastična (ne povećava/ ne smanjuje se sa povećanjem/ smanjenjem cijene)
- Prihod na osnovu vlasništva nad zemljom je čista ekonomska renta
- Renta se formira na mjestu presjeka ponude i potražnje



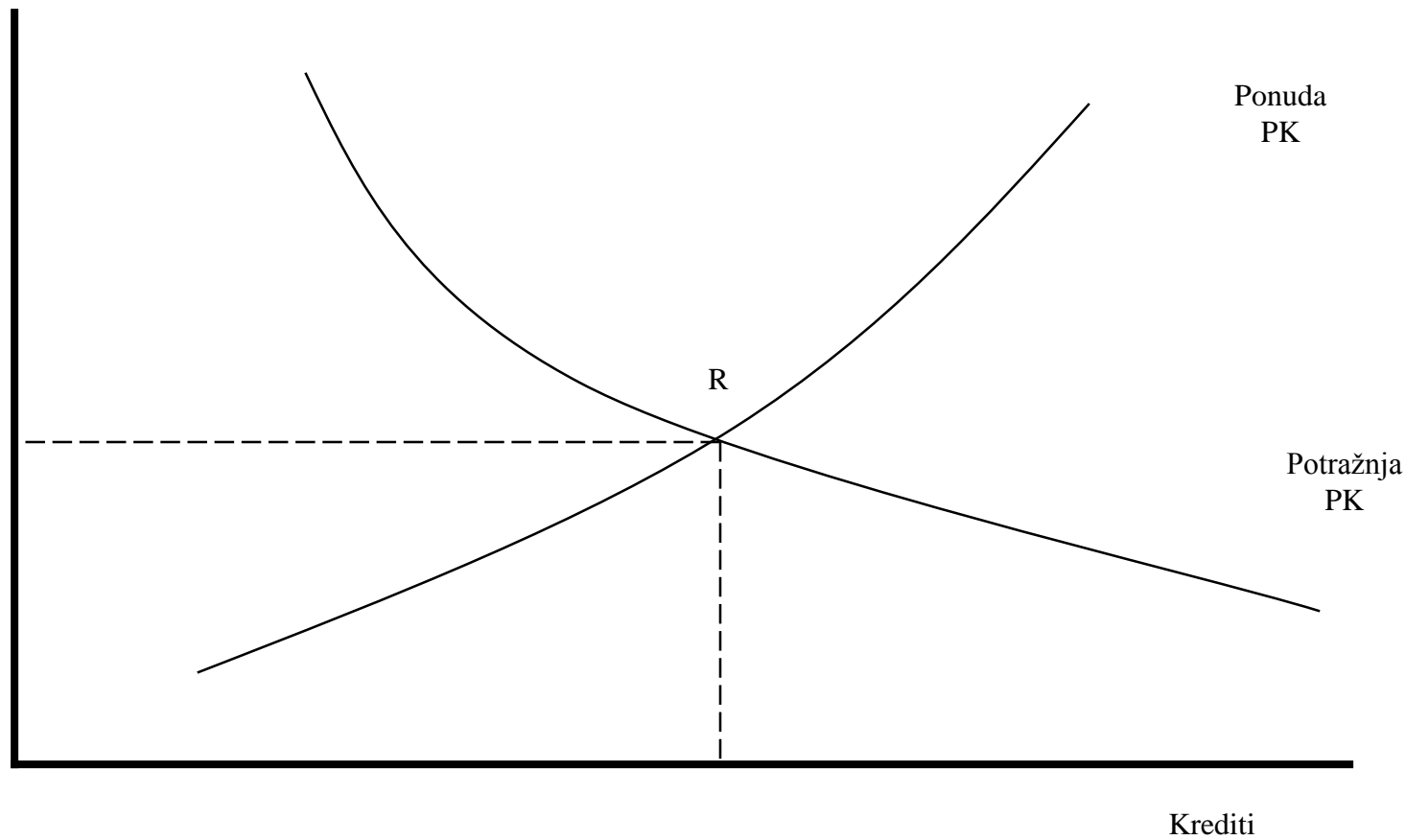
- Ponudu rada karakterizira individualna i organizovana
- Javlja se efekt supstitucije slobodnog vremena i korisnost kupovine dodatne količine robe/usluga povećanjem nadnice
- Povećanje nadnice utječe na smanjenje slobodnog vremena (poslodavac je spreman platiti veću satnicu za više rada, što dovodi do smanjenja slobodnog vremena radnika)
- Povećanje nadnice znači povećanje nominalnog dohotka, ali i realnog dohotka (uz uvjet da cijene ostanu iste)

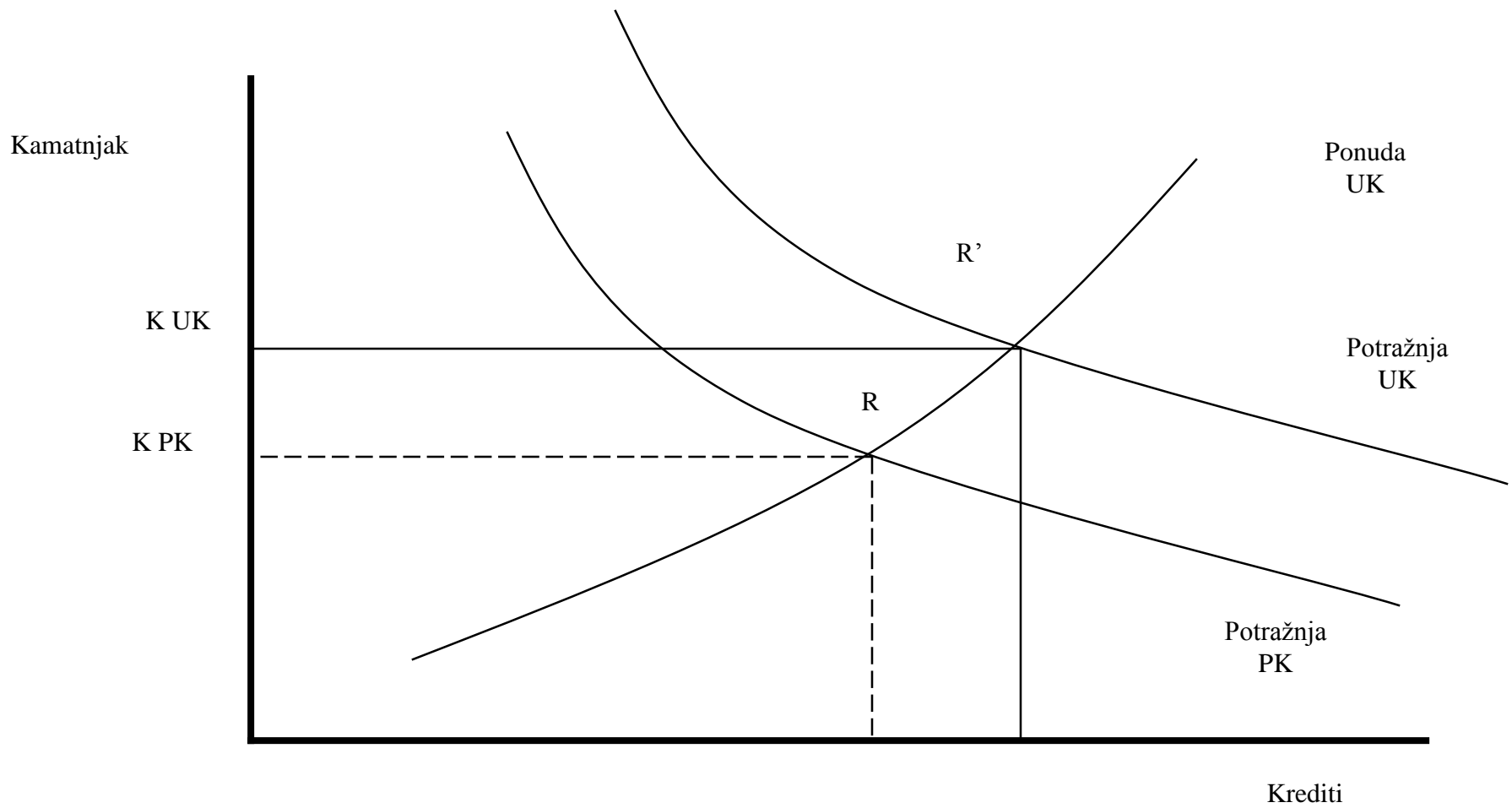
- Na tržištu rada vrijedi opći zakon ponude i potražnje:
količina i cijena se formira u sjecištu krivulja ponude i potražnje



- **Kapital** je imovina i/ili produktivno znanje koje se koristi za stvaranje nove vrijednosti
- Naknada vlasnicima za korištenje kapitala od strane drugih osoba je **kamata**
- Ravnoteža na tržištu potrošačkih kredita nastaje djelovanjem ponude i potražnje kredita, kod koje se najviše očituje klasična tržišna ravnoteža
- Štediša (koji imaju višak ušteđenog novca) su spremne ponuditi više kredita s povećanjem kamatne stope
- **Neto potrošači (korisnici kredita) će povećanjem kamatne stope najmanje tražiti kredita i obrnuto.**
- Investicijski kredit je onaj kredit kojim poduzeće/firma nabavlja novu opremu i time povećava svoju kapitalnu proizvodnju
- U ekonomiju, potrošački i investicijski krediti zajedno čine kredite
- **Potražnja investicijskih kredita je veća od potražnje potrošačkih kredita, što povećava ukupnu potražnju za kreditima i pomjera krivulju potražnje**
- **Analogno tome, na visinu kamatne stope na tržištu kredita presudan utjecaj ima potražnja za investicijskim kreditima**

Kamatnjak





Cijena kao element tržišne privrede

- **Cijena** se definiše kao novčani izraz vrijednosti robe (vrijednost robe izražena u novcu) ili kao „stopa“ razmjene jednog dobra za novac, što onda znači da je cijena, jednostavno, količina novca koja se traži – nudi za prodaju – kupovinu neke robe.
- **Cijena proizvodnje** tretira se kao preobraženi oblik vrijednosti robe koji se, po svojoj strukturi, sastoji iz *cijene koštanja* (ukupni zbir troškova njene proizvodnje) i prosječnog profita.

PROIZVODNJA, TROŠKOVI I DOBIT

- **Eksplicitni troškovi** – troškovi koje privredno društvo plaća osobama koje nemaju vlasničke interese u društvu (troškovi rada, repromaterijala, transporta, osiguranja i sl.)
- **Implicitni troškovi** – iznosi koje bismo mogli ostvariti zapošljavanjem izvan društva resursa koji pripadaju samom društvu ili osobama koje imaju vlasničke interese u društvu (na primjer, društvo koje koristi zgradu koja je u njegovom vlasništvu zanemaruje mogućnost njenog izdavanja pod zakup).
- **Maksimizacija dohotka**-cilj svakog privrednog subjekta koji se postiže ako se ima u vidu sljedeće:
 - 1) količinu koje će proizvoditi kupovinom jedinice faktora
 - 2) prihod od prodaje robe/usluga
 - 3) troškove kupovine faktora proizvodnje
- Izražava se jednačinom: **MTF=MPP**
- **MTF**-marginalni trošak faktora, **MPP**- marginalni prihod proizvoda

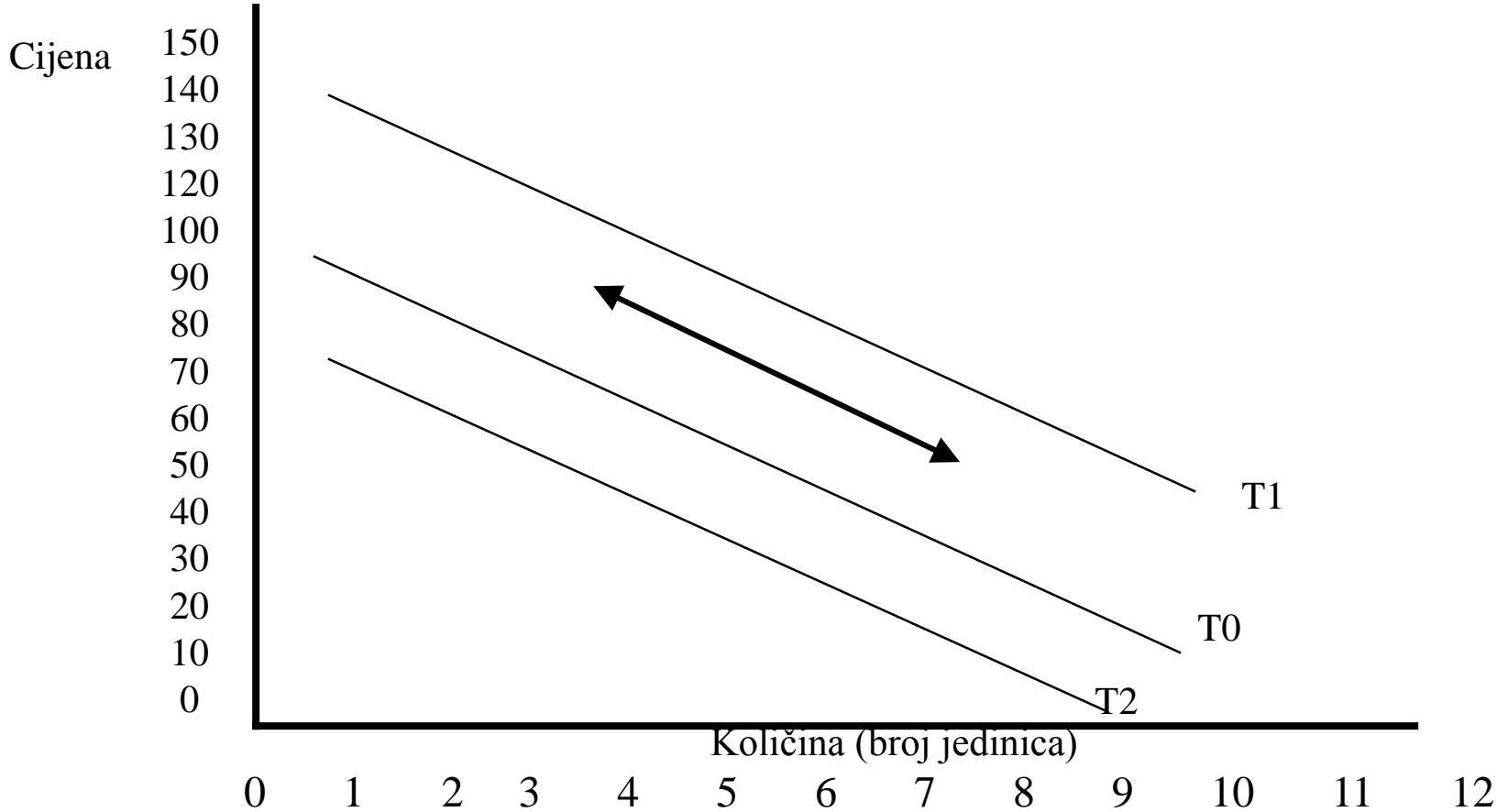
- **Povećanjem količine faktora dolazi do smanjenja gubitka**
- **Angažiranjem desete jedinice faktora prelazi se iz zone gubitka u zonu dobitka**
- **Dobit se nakon toga konstantno povećava do svog maksimuma (20 KM) u 15. i 16. jedinici proizvoda gdje je ispunjen uvjet $MTF=MPP$**
- **Angažiranjem dodatnih jedinica faktora proizvodnje dovodi do smanjenja dobiti**

Količina faktora	Marginalni Prihod proizvoda	Marginalni Trošak faktora	Troškovi Faktora (1. x 3.)	Fiksni troškovi	Ukupni Troškovi (4. + 5.)	Ukupni prihod	Dobit (7. – 6.)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	20	5	5	100	105	20	-85
2	19	5	10	100	110	39	-71
3	18	5	15	100	115	57	-58
4	17	5	20	100	120	74	-46
5	16	5	25	100	125	90	-35
6	15	5	30	100	130	105	-25
7	14	5	35	100	135	119	-16
8	13	5	40	100	140	132	-8
9	12	5	45	100	145	144	-1
10	11	5	50	100	150	155	5
11	10	5	55	100	155	165	10
12	9	5	60	100	160	174	14
13	8	5	65	100	165	182	17
14	7	5	70	100	170	189	19
15	6	5	75	100	175	195	20
16	5	5	80	100	180	200	20
17	4	5	85	100	185	204	19
18	3	5	90	100	190	207	17
19	2	5	95	100	195	209	14
20	1	5	100	100	200	210	10

TROŠKOVI

- S vremenskog aspekta, razlikujemo kratkoročne i dugoročne troškove
- S aspekta stalnosti razlikujemo fiksne (uvijek isti) i varijabilne (povećavaju se ili smanjuju)
- Apsolutno fiksni su oni koji su uvijek isti, a relativno fiksni su oni koji se nekad promjene
- S obzirom na povećanje ili smanjenje obujma poslovanja, razlikujemo progresivne (rastu brže od rasta obujma poslovanja) i degresivne (rastu sporije od obujma poslovanja).
- Funkcija marginalnog prihoda je istovremeno i funkcija potražnje faktora proizvodnje (zemlja, rad, kapital)
- Zbroj funkcija potražnje pojedinačnih privrednih subjekata (poduzeća) čini agregatnu funkciju potražnje faktora proizvodnje (potražnja zemljišta- nastala iz potražnje za hranom, kućama i dr. Objektima, potražnja rada stomatologa- nastala iz potražnje za njegovim uslugama)
- Zbog promjene ekonomskih uvjeta/uslova dolazi do promjene potražnje faktora proizvodnje, kao i potražnje bilo koje robe ili usluga.

Promjena cijene faktora uz nepromijenjene ostale uvjete/uslove, dovodi do promjene u količini potražnje (pravac T0 i kretanje duž strelice u oba smjera). Promjena ekonomskih uvjeta/uslova, dovode do pomjeranja funkcije potražnje (iz T0 u T1 ili T2). Na to pomjeranje utječe 3 grupe faktora: 1) Povećanje/smanjenje potražnje za proizvodima 2) Promjena cijene faktora proizvodnje koji se koristi u kombinaciji sa drugim faktorom proizvodnje 3) Promjene u tehnologiji koje povećavaju marginalnu fizičku produktivnost faktora



UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE - V
KORISNOST ,TRAŽNJA I
PONAŠANJE POTROŠAČA

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI
TEORIJA INDIFERENCIJE
TEORIJA OTKRIVENE PREFERENCIJE

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

- Potrošači biraju (kupuju na tržištu) ona dobra i usluge koje najviše **preferiraju**.
- **Faktori koji određuju vrijednost ekonomskih dobara**, prema neoklasičnoj ekonomskoj teoriji (danas vladajućoj u svijetu tržišnih ekonomija), su **korisnost i rijetkost**.
- Da bi dobra imala vrijednost moraju biti **korisna i rijetka**. **Dobra koja su korisna, a nisu rijetka, npr. vazduh, voda, nisu ekonomska dobra.**
- Veličina vrijednosti ekonomskog dobra ovisi od: **raspoložive količine toga dobra i intenziteta potrebe za njim.**
- Pri većoj raspoloživoj količini, **vrijednost je manja i, obratno, ukoliko je intenzitet potrebe veći, utoliko je i vrijednost veća.**

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

- U pristupu *subjektivne teorije vrijednosti*, zapravo, cijene mjere rijetkost, pri čemu je rijetkost odnos onoga što je raspoloživo i onoga što ljudi hoće.
- Ovaj pravac ekonomske misli, poznat pod nazivom *marginalizam*, značio je raskid s klasičnom školom u tumačenju vrijednosti roba.
- U okviru subjektivne teorije vrijednosti pojavljuju se **tri teorije ponašanja potrošača** :
 - a) *teorija marginalne korisnosti*,
 - b) *teorija indiferencije* i,
 - c) *teorija otkrivene preferencije*).
- Sve teorije se zasnivaju na maksimi da potrošač maksimizira korisnost u granicama raspoloživog, unaprijed zadanog dohotka.

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

- Ove teorije se, između ostalog, razlikuju po tumačenju mjerenja intenziteta korisnosti, pa jedne izražavaju *kardinalnu* a druge *ordinalnu korisnost*.
- ***Kardinalna korisnost*** podrazumijeva mjerljivost korisnosti svakog dobra u numeričkim vrijednostima (tj. kardinalnim brojevima: 1,2,3....) i govore da je, npr., 2 dvaput veće od 1, da je njihova apsolutna razlika 1.
- ***Ordinalna korisnost*** mjeri korisnost dobara ordinalnim brojevima (= prvi, drugi, treći....) koji govore samo da je drugi veći od prvog, treći od drugog itd.

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

Koncept korisnosti

- Veličina vrijednosti ekonomskog dobra ovisi od: raspoložive količine toga dobra i intenziteta potrebe za njim. Pri većoj raspoloživoj količini, vrijednost je manja i, obratno, ukoliko je intenzitet potrebe veći, utoliko je i vrijednost veća.
- Korisnost je individualno i subjektivno određena, i uvijek označava *zadovoljstvo*.
- Korisnost je, zapravo, svojstvo stvari da zadovolje ljudske potrebe pod uslovom da je korisnost prepoznata. Potrošači nastoje maksimizirati svoju korisnost, što znači da biraju dobra koja najviše vole.
- Predhodno objašnjenja pruža ***Teorija marginalne korisnosti*** koju upotrebljavamo da objasnimo potrošačevu tražnju, a, isto tako, i da objasnimo porijeklo krive tražnje.
- Ova ekonomska teorija svoj mehanizam određivanja vrijednosti zasniva na ***utilitarizmu***, jednom od glavnih pravaca zapadne intelektualne misli od XIX stoljeća do danas

Gosenovi zakoni

- Na ovakvom, hedonističkom racionalnom principu korisnosti, njemački ekonomist i statističar H.H. Gosen (*Hermann Heinrich Gossen*, 1810-1858) utemeljio je **teoriju marginalne (granične) korisnosti**, preko dva njegova zakona, danas poznata kao **Gosenovi zakoni**.
- **Prvi Gosenovom zakon** govori o opadajućem uživanju, odnosno načelu opadanja korisnosti daljim uživanjem jedinica nekog dobra sve do tačke zasićenosti.
- **Drugi Gosenov zakon** pokazuje zadovoljavanje različitih potreba potrošača ovisno o intenzitetu njegovih potreba, tj. kako potrošač upoređuje korisnosti raznih dobara i od zadovoljenja prve potrebe prelazi na zadovoljenje druge potrebe.

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

- Polazeći od ovakvih osnova (tumačenja Gosenovih zakona i razrade od strane drugih marginalista), razumijavanje korisnosti kao subjektivnog određenja vrijednosti (cijene) robe pretpostavlja objašnjenje pojma vrijednosti/korisnosti *jedinice* robe, tj. odnos između ukupne korisnosti jedne robe i korisnosti jedinice te robe u datom trenutku, na datom tržištu.
- Korisnost svake jedinice robe se smanjuje sa povećanjem ukupne raspoložive količine te robe. Korisnost jedinice datog dobra onda određuje korisnost posljednje, marginalne (granične) jedinice tog dobra koja može zadovoljiti nečiju potrebu.
- Veličina korisnosti dodatne jedinice jeste ***marginalna korisnost***.

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI

- Korisnost se povećava sa trošenjem više dobara, ali se sa trošenjem sve veće količine dobara naša ukupna korisnost (dobijena zbrajanjem pojedinačnih korisnosti svake jedinice dobra ponaosob) raste sve sporije. Ovako **opadajuća marginalna korisnost** proizilazi iz činjenice da se naše zadovoljstvo, koje proizilazi iz potrošnje dobra, smanjuje sa većim trošenjem tog dobra. Po zakonu opadajuće marginalne (granične) korisnosti, marginalna korisnost opada dok se količina potrošenog dobra povećava.
- Korisnost ili vrijednost zalogaja hljeba za jednog pojedinca, npr., biće vrlo velika ako je to jedini zalogaj, a sasvim mala, ako tih zalogaja (jedinica) ima više. **Teoretičari marginalne korisnosti XIX stoljeća istakli su poznati primjer za marginalnu korisnost o gladnom čovjeku, koji ima na raspolaganju samo jednu malu količinu hljeba; ako dobije još jednu takvu količinu, ona neće biti od iste važnosti kao prva, jer užitek zadovoljstva opada sa svakim dodatnim zalogajem hljeba koji pojede.** Nakon izvjesne količine dolazimo do stanja kada jedenje dodatnog zalogaja hljeba ne pruža nikakvo zadovoljstvo (**apetit gladnog čovjeka je zadovoljen**). Zapravo, svaka potreba u životu, ukoliko biva zadovoljavana, slabi po snazi, pa čim se dostigne puna zasićenost, ona se više i ne osjeća.

Primjer

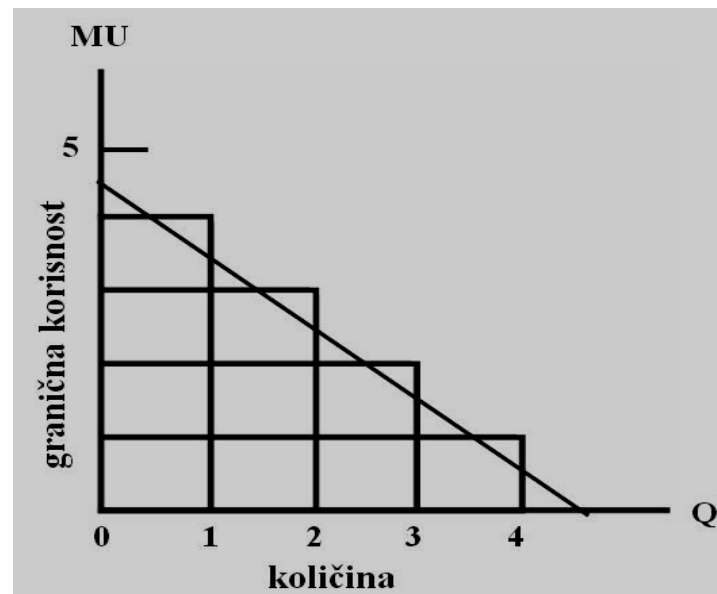
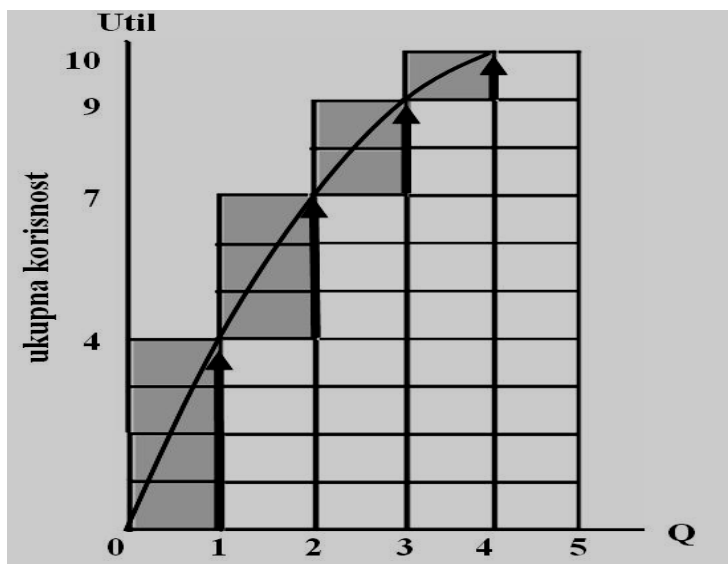
- Hoćemo da izmjerimo korisnost koju nam pruža predhodni primjer sa hljebom, što prikazujemo u tabeli br. 7. Kako je korisnost, ipak, subjektivna kategorija, pretpostavimo da se za **mjerenje korisnosti granične** (svake dodatne) količine uzima jedinica mjere - **util**.
- **Pretpostavimo da se apetit gladnog čovjeka zadovoljava sa 4 kriške hljeba.** Kada ovaj čovjek pojede prvu krišku hljeba njegovo zadovoljstvo je najveće, marginalna (granična) korisnost iznosi 4 utila. Sa drugom kriškom marginalna korisnost se smanjuje na 3 utila (druga kolona tabele), ali se ukupna korisnost (3 kolona) povećava na 7 utila (4+3, tj. 4 utila za prvu krišku i 3 utila za drugu krišku). Sa trećom kriškom zadovoljstvo dalje opada i iskazujemo ga sa 2 utila, dok se ukupna korisnost za tri kriške povećava na 9 utila. Četvrta kriška donosi najmanje zadovoljstva i njenu korisnost iskazujemo sa 1 utilom, pri čemu je ukupna korisnost 10 utila (dakle 4 utila za prvu, 3 utila za drugu, 2 utila za treću i 1 util za četvrt krišku). Prema petoj kriški hljeba smo već ravnodušni (apetiti je zadovoljen sa 4 kriške) i ona nam ne donosi nikakvu korist (0 utila) a ukupna korist i dalje iznosi 10 utila.

Količina potrošenog dobra (kom. kriški hljeba)	Marginalna korisnost (util)	Ukupna Korisnost (util)
0	0	0
1	4	4
2	3	7
3	2	9
4	1	10
5	0	10
	10	

- (a) Zatamnjeni blokovi ilustruju dodatnu korisnost svake dodatne jedinice. Ukupna korisnost raste, ali sve manje, pa ukupna korisnost ima oblik opadajuće krive.
- (b) Marginalna (granična) korisnost je opadajuća funkcija broja kriški. Svaki osjenčeni blok marginalne korisnosti iste je veličine kao odgovarajući blok ukupne korisnosti na slici (a).

(a) Ukupna korisnost

(b) Marginalna (granična) korisnost



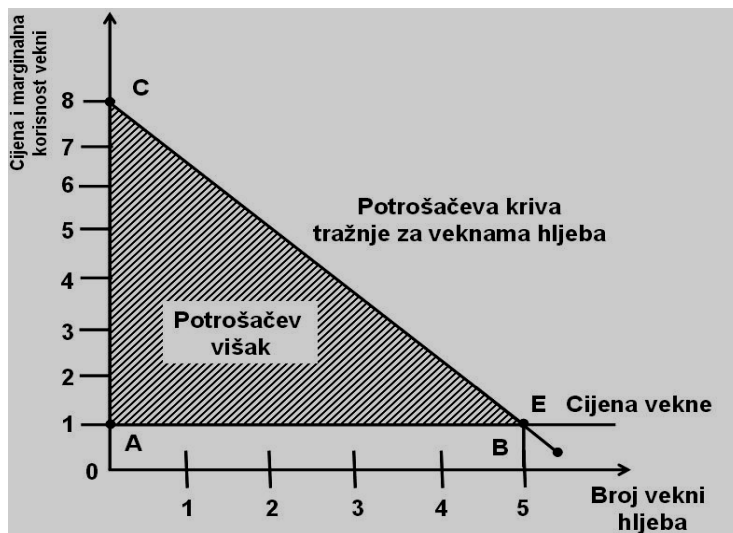
Paradoks vrijednosti i potrošačev višak

- Prema *teoriji korisnosti*, ustanovili smo jednostavnu zakonitost: što nekog dobra ima više, to je manja relativna poželjnost njegove poslednje jedinice.
- Ovaj fenomen stoji u osnovi **paradoksa vrijednosti**, koji je zbunio i samog **Adama Smita**.
- **A. Smit, iako je utemeljio ekonomsku nauku, nije mogao odgonetnuti zašto voda, koja je toliko dragocjena za život čovjeka, ima znatno manju vrijednost nego što imaju dijamanti, koji svoju praktičnu vrijednost iskazuju kroz ukrasnu upotrebu i nisu bitni za život.**
- **Krive ponude i tražnje za vodom sijeku se pri vrlo niskoj cijeni, dok se ponuda i tražnja za dijamantima sijeku pri enormno visokoj cijeni. Odgovor leži u činjenici da su dijamanti krajnje rijetki i da su troškovi dobijanja dodatnog dijamanta visoki, dok je voda relativno obilna i neznatno košta.**
- Uz to, korisnost vode kao cjeline ne određuje njenu cijenu i tražnju, već njena granična korisnost, odnosno „korisnost posljednje čaše vode“. Vode ima u velikim količinama, pa se posljednja čaša prodaje za vrlo mali iznos. Istina je da prve kapi vode vrijede koliko sami život, ali je ima toliko da se posljednje kapi mogu koristiti i za pranje kola, jer posljednje kapi (nakon mnoštva zadovoljenja) gotovo ne vrijede ništa. Vazduh je još jasniji primjer odnosa izobilne količine i vrijednosti: vazduh je besplatan! U slučaju ogromno raspoloživih količina dobara (vazduha, vode i sl.) granične korisnosti su vrlo niske što i smanjuje cijene tih dobara.

Potrošačev višak,

- Dakle, ekonomska vrijednost ovakvih količina je niska premda je njihova važnost za život veoma visoka. Ovaj raskorak između ukupne korisnosti nekih dobara (vazduha, vode) i njihove ukupne tržišne vrijednosti naziva se **potrošačev višak**, koji se javlja zbog djelovanja zakona opadajuće granične korisnosti – „dobijamo više nego što za to plaćamo.“
- Potrošačev višak se pojavljuje usljed činjenice da za svaku jedinicu dobra koju kupujemo plaćamo isti iznos, od prve do posljednje jedinice. Dakle, za *svaku* jedinicu plaćamo onoliko koliko vrijedi *posljednja jedinica*. Pošto, prema zakonu opadajuće marginalne korisnosti, predhodne jedinice za nas vrijede više od posljednje, to uživamo probitak korisnosti na svaku od tih predhodnih jedinica.
- Na sljedećoj slici je predstavljena ukupna kriva tražnje nekog potrošača za odgovarajućim količinama vode. Ona pokazuje cijene koje bi potrošač platio za svaku jedinicu koju potroši.

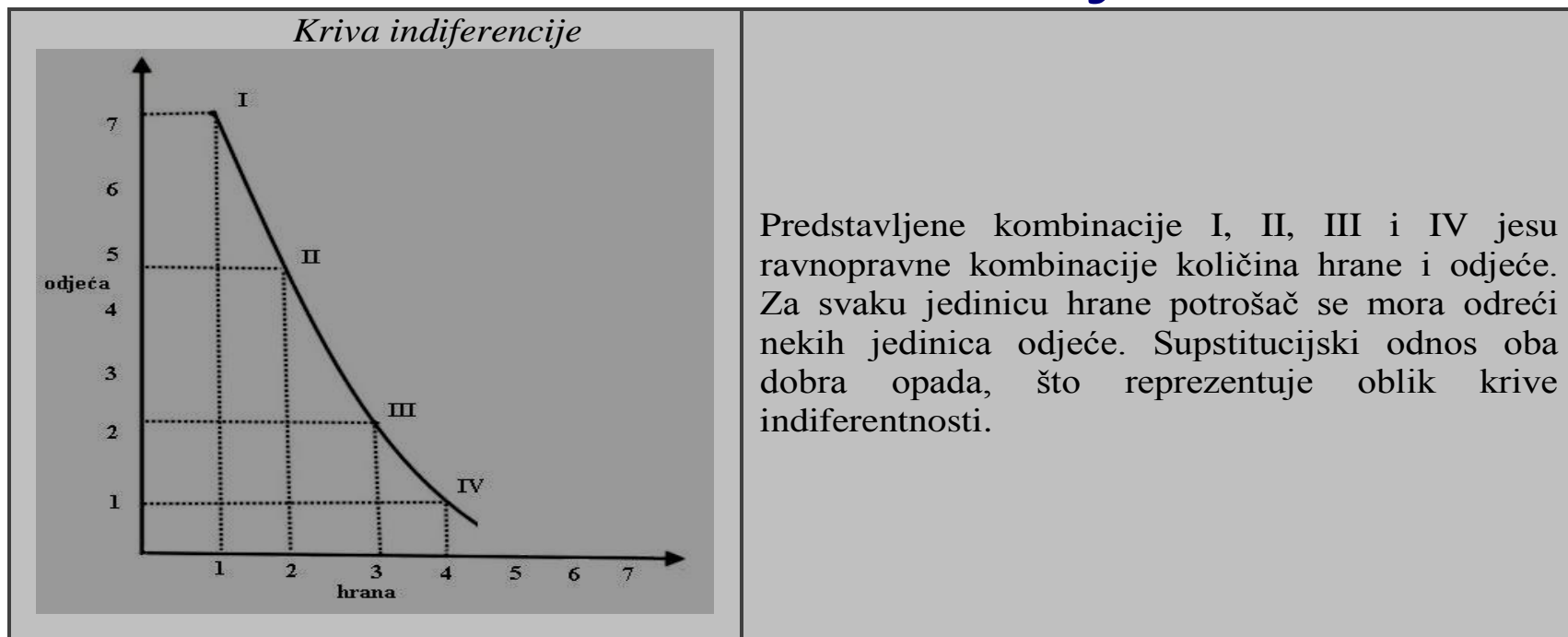
*Grafički prikaz
potrošačevog viška*



TEORIJA INDIFERENCIJE

- ***Teorija indiferentnosti*** polazi od toga da je korisnost subjektivno definirana i da mjerenje subjektivne korisnosti u apsolutnom zbiru (kardinalno) nije moguće
- ***Kriva indiferentnosti*** - prikazuje sve kombinacije tržišnih košara koje osobi osiguravaju istu razinu zadovoljstva, zbog čega je osoba indiferentna između košara koje su prikazane na tačkama na krivulji

Kriva indiferencije



Ovakav izgled krive reprezentuje ***zakon supstitucije***, koji glasi: «što je dobro oskudnije veća je njegova relativna supstitucijska vrijednost. Njegova se marginalna korisnost povećava u odnosu na marginalnu korisnost dobra koje postaje obilno.» Koristeći se predhodnim primjerom o hrani i odjeći, to znači da kada se količina hrane povećava a količina odjeće smanjuje, hrana mora biti relativno sve jeftinija, što odražava svojstvo da dodatna hrana dolazi kao rezultat žrtvovane odjeće.

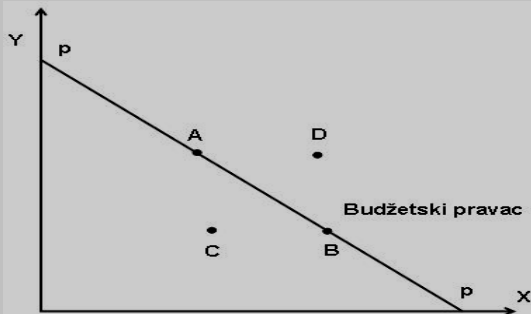
TEORIJA OTKRIVENE PREFERENCIJE

- **Teorija otkrivene preferencije, čiji je osnivač P.A. Samuelson, nastala je kao reakcija na kritike upućene teoriji indiferencije.**
- Kritike su se odnosile na to da ponašanje potrošača nije tako jednostavno i da se pretpostavke o maksimizaciji korisnosti ne mogu jednostavno provjeriti, čemu suprostavljaju primjedbu da je naučno samo ono što se može jednostavno provjeriti u praksi.
- Na osnovu kritičkog stava da analiza ponašanja potrošača mora biti zasnovana na empirijskim podacima, teorija otkrivene preferencije polazi od toga da opseg i struktura potrošnje ovise od nivoa dohotka potrošača i od cijena datih dobara.
- Za razliku od teorije indiferencije, teorija otkrivene preferencije, dakle, proučava **konzistentnost potrošača, tj. dosljednost njegovog ukusa i sklonosti.** To znači da ova teorija polazi od postavke da će potrošač pri istom dohotku i cijenama odabrati uvijek iste proizvode.
- **Teorija se ilustrira na koordinatnom sistemu u kome tačke A, B, C i D predstavljaju košare dobara kao kombinacije različitih količina proizvoda x i y pri cijeni p . Tačke na budžetskom pravcu označavaju košare proizvoda iste skupoće.**

TEORIJA OTKRIVENE PREFERENCIJE

- Potrošač se za neku košaru dobara (A) opredjeljuje jer je želi više u usporedbi sa nekim drugim košarama dobara (npr. košare B). Potrošač se opredjeljuje za neku košaru dobara iz dva razloga. Po prvom, potrošač, bez obzira na iste cijene, preferira jednu košaru (A) u usporedbi s drugim (košare B, C, D). Dakle, uz informaciju da A nije jeftinija od B, a potrošač kupuje A, može se zaključiti da je A otkriveno preferirajuće u odnosu na B ili da je B otkriveno inferiorno u odnosu na A.

Grafički prikaz otkrivene preferencije



Košare ispod budžetskog pravca (košara C) otkriveno su inferiorne u odnosu na A jer su jeftinije, dok tačke iznad budžetskog pravca (košara D) ne mogu biti otkriveno inferiorne u odnosu na A jer su skuplje.

- Osnovni kriteriji na kojima se zasniva teorija otkrivene preferencije su: (1) *konzistentnost* ili dosljednost, što pretpostavlja da će potrošač pri istom dohotku i cijenama birati uvijek iste proizvode, (2) *tranzitivnost* koja se odnosi na položaj početnog i zadnjeg elementa u potrošačevom ponašanju, tj. ako je A otkriveno preferirajuće na B, B na C, C na D i tako redom do zadnjeg u nizu Z, tada je A otkriveno preferirajuće i na Z, pri čemu Z ne može biti otkriveno preferirajuće na A., (3) postojanje ograničenog budžetskog pravca za svaku košaru dobara, koji utječe da potrošač odabere određenu košaru dobara, jer cijene ostalih košara dobara ne može pokriti svojim dohotkom.

UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE-VI
EFIKASNOST TRŽIŠTA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

EFIKASNOST TRŽIŠTA

- Pri razmatranju funkcija tržišta istakli smo važnost alokativne funkcije.
- Pod pretpostavkama potpune konkurencije, tržište na najjednostavniji i najefikasniji način određuje gdje će se i kako upotrebljavati faktori proizvodnje.
- Samo potpuna tržišna konkurencija očituje alokacijsku efikasnost.
- U takvom sistemu je **ekonomija kao cjelina efikasna i niko ne može doći u bolji položaj a da nekog drugog ne dovede u slabiji položaj (*Pareto-efikasnost*)**.

POTPUNA KONKURENCIJA

- Smitovo viđenje ekonomskog svijeta odražava ideje liberalizma, kao političke i ekonomske doktrine, u periodu od kraja XVIII do kraja XIX stoljeća, po kojoj društvo treba prepustiti **slobodnom političkom i ekonomskom razvoju bez intervencije države.**
- Ovakav društveni sistem označava se kao **liberalni kapitalizam**. Krilatica kojom se ističe zahtjev da se iz ekonomskog života istisne svako miješanje države i poduzetnici prepuste da nesmetano posluju prema svojim poduzetničkim nakanama je **laissez faire** (francuski: *pustite ljudima da rade što hoće, pustite da stvari teku same od sebe*).
- Ovaj izraz je vremenom postao sinonim dobro **organizirane kapitalističke privrede i najbolje moguće ekonomske politike koja omogućava efikasnu alokaciju resursa**. Drži se da se tako najbolje usklađuju **pojedinačni i opšti interesi**.
- Država treba da se brine samo o **stabilnosti pravnog poretka** (zaštita privatne svojine i slobodno zaključenih ugovora) i **spoljnoj bezbjednosti**.
- Sve ostalo treba prepustiti **privatnoj inicijativi**, budući da će, s jedne strane, **motiv za profitom preduzetnike usmjeriti prema efikasnijim načinima proizvodnje i novim robama/uslugama koja će više zadovoljavati potrebe potrošača**, a s druge strane, da konkurencija pruža značajan podsticaj inovacijama.

POTPUNA KONKURENCIJA

- Kako među ekonomistima glavne struje ekonomske misli (tok klasične i neoklasične ekonomske misli) prevladava mišljenje da konkurentne snage tržišta vode ka višem stepenu efikasnosti, ekonomska nauka je razvila teorijski model **potpune konkurencije (vremenom stvoreni su pojmovi slobodne, čiste perfektne i savršene konkurencije)**.
- U pitanju je idealno zamišljena konkurencija u kojoj ne postoje troškovi tržišnih transakcija, koja nikada nije postojala u praksi, i koja prikazuje ideal tržišnog stanja.
- **Potpuna konkurencija je pretpostavljeno tržišno stanje kada postoji dovoljan broj preduzeća (koji nude isti, homogeni proizvod) ili stepen suparništva da niti jedno od njih ne može utjecati na cijenu tog dobra.**
- Odnosno to je stanje u kojem nema drugog izbora osim prilagođavanja prilikama koje diktira tržište.
- Radi se o teoretskoj tržišnoj strukturi, koja nam služi kao osnova procjenjivanja i vrednovanja ostalih oblika tržišnih struktura (nepotpune konkurencije), a karakterišu je:
 - (1) veliki broj prodavaca i kupaca;
 - (2) homogenost proizvoda/usluga,
 - (3) potpuna obavještenost kupaca i prodavaca;
 - (4) slobodan ulazak i izlazak sa tržišta;
 - (5) svi prodavci i kupci su *price taker*. (moraju prihvatiti zadanu cijenu na tržištu)

POTPUNA KONKURENCIJA

- Dakle, tržišne cijene se u uslovima potpune konkurencije ne mijenjaju pod uticajem pojedinačnog konkurentskog preduzeća, za koga kriva cijena ne predstavlja samo krivu tražnje nego i istovremeno izražava **marginalni prihod**.
- Ostvareni prihod od svakog novog proizvoda je isti, jer su cijene po kojima se prodaje novi proizvod stalne.
- Smitova doktrina nevidljive ruke objašnjava zašto rezultat tržišnog mehanizma izgleda tako uredno. Njegovo otkriće upravljačke funkcije tržišnog mehanizma inspiriralo je moderne ekonomiste – i sljedbenike i kritičare kapitalizma.
- Jedni ekonomisti danas, također, smatraju da slobodno tržište (tržišno stanje potpune konkurencije) najbolje doprinosi ekonomskoj efikasnosti i da konkurencija pruža značajan podsticaj inovacijama.
- Druga grupa ekonomista dokazuje da u nekim značajnim instancama tržište ne djeluje onako savršeno kao što zagovaraju pristalice slobodnog tržišta.

EKONOMSKA EFIKASNOST I EKONOMIJA BLAGOSTANJA

- ❖ Budući da su ekonomski resursi rijetki, a potrebe neograničene, neophodna je krajnje racionalna upotreba resursa u cilju dobijanja definirane količine dobara i usluga.
- ❖ «Ekonomija proučava efikasnost, jer proučava ograničenost. U svijetu ograničenih resursa sve želje ne mogu biti zadovoljene, ali ako djelujemo efikasnije, manji broj želja će ostati neispunjeni.»
- ❖ Problem izbora, primjenjen na ponašanje pojedinačnog ekonomskog subjekta, potpuno je određen maksimiziranjem koristi (učinaka, dohodaka i sl.) odnosno minimiziranjem *inputa* koje pojedinac unosi da bi ostvario te koristi.
- ❖ U ovom slučaju govorim o fenomenu **ekonomske efikasnosti**, pod kojim podrazumijevamo proizvodnju sa **najmanjim troškovima**.

EKONOMSKA I TEHNIČKA EFIKASNOST

- Razlikujemo **tehničku od ekonomske efikasnosti**, pri čemu pod tehničkom podrazumjevamo «sposobnost tehničkog uređaja, stroja, tvornice da što manjim utroškom sredstava i vremena proizvodimo fizičke jedinice proizvoda»,
- a pod **ekonomskom «omjer vrijednosti proizvedenih dobara i usluga prema iznosu troškova izraženih u finansijskim pokazateljima.»**
- Od *efikasnosti* razlikujemo izraz **efektivnosti**, koja se u američkoj literaturi definira kao «načelo efektivnosti», pod kojim se podrazumjeva **«raditi stvari na pravi način»** u poslovanju, tj. postizanjem osnovnih ciljeva i zadataka poslovanja u preduzeću.

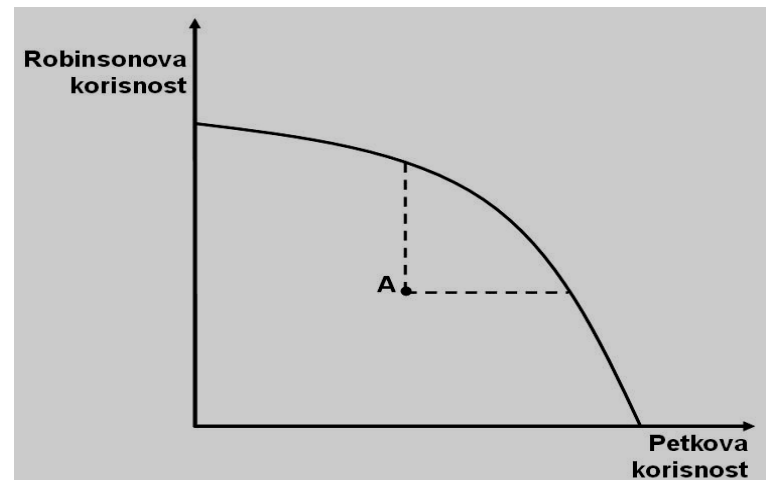
- Pri razmatranju funkcija tržišta istakli smo važnost *alokativne funkcije*. Pod pretpostavkama potpune konkurencije, tržište na najjednostavniji i najefikasniji način određuje gdje će se i kako upotrebljavati faktori proizvodnje. Drukčije kazano, samo tržišna konkurencija omogućava ekonomsku efikasnost, što se može pokazati na primjeru krivih ponude i tražnje.
- **(1) *kriva tražnje* pokazuje količinu dobra koju je kupac spreman kupiti po određenoj cijeni. Zbir svih krivi tražnje pojedinačnih kupaca čini *krivu tražnje na tržištu*. Pri odlučivanju koje će količine dobara tražiti kupci izjednačavaju marginalnu (graničnu) korist koju imaju od potrošnje dodatne jedinice s marginalnim (graničnim) troškovima kupovine te dodatne jedinice. Marginalni troškovi, na taj način, postaju cijena koju kupci moraju platiti;**
- **(2) *Kriva ponude* pokazuje količinu dobra koju je preduzeće spremno ponuditi po određenoj cijeni. Zbir krivih ponude svih preduzeća čini *krivu ponude na tržištu*.**
- «Efikasnost zahtjeva da marginalna (granična) korist od proizvodnje dodatne jedinice bilo kojeg dobra bude jednaka njenim marginalnim (graničnim) troškovima.
- **Ako marginalna korist prevazilazi marginalne troškove, društvo će biti na dobitku pošto će se proizvoditi veća količina dobra; ako je marginalna korist manja od marginalnih troškova, društvo će biti na gubitku zbog smanjenja proizvodnje tog dobra.»**
- **Tržišna ravnoteža se postiže kada su ponuda i tražnja jednake i u toj tački, marginalna korist i marginalni troškovi su jednaki cijeni. Tako je *marginalna korist jednaka marginalnim troškovima*, što i jeste uslov potreban za ekonomsku efikasnost. Efikasnost je veća što se istim izdacima postiže veći učinak ili isti učinak sa što manjim izdacima. Kao uzroci neefikasnosti pojavljuju se: (a) loša organizacija rada i (b) neiskorišćenost raspoloživih faktora proizvodnje (rad, kapital, prirodni resursi).**

PARETO - EFIKASNOST

- Pitanje ekonomske efikasnosti kroz kriterijum **optimalnosti** za alokaciju oskudnih faktora proizvodnje, najčešće se proučava u kontekstu pretpostavki i **poruka Pareto-efikasnosti**.
- Najkraće rečeno, **privreda je efikasna, ako se radi o situaciji kada ne postoji način da se organizacijom ili novim kombinacijama faktora proizvodnje poveća korisnost ili zadovoljstvo bilo kog pojedinca, a da se ono ne pogorša kod nekog drugog.**
- Opće gledano, alokacija resursa je efikasno organizovana ako i samo ako, uz date resurse i tehnologiju, nije moguće povećati blagostanje jednog pojedinca bez smanjenja blagostanja drugog pojedinca.
- **Za ovako postignutu efikasnost kažemo da je Pareto-efikasna ili da je postigla Pareto optimum.**
- Grafičku prezentaciju *Pareto-efikasnosti* možemo učiniti na primjeru *krive mogućih korisnosti* (KMK).

PARETO - EFIKASNOST

- Grafičku prezentaciju *Pareto-efikasnosti* možemo učiniti na primjeru *krive mogućih korisnosti* (KMK). Ako dobitak od potrošnje označimo kao *korisnost* koja pojedincu pruža kombinacija proizvoda koje koristi: sa više dobara korisnost za pojedinca raste. KMK pokazuje maksimalni stepen korisnosti koju mogu imati dva potrošača.
- Slika krive zajedničke moguće korisnosti prikazuje granicu mogućih korisnosti za osobu Robinsona i Petka, pokazujući maksimalni stepen korisnosti Robinsona u odnosu na stepen korisnosti Petka, i obratno.
- Ako pođemo od predhodne definicije *Pareto-efikasnosti*, to znači da korisnost Petka ne možemo povećati ukoliko je ne umanjimo za korisnost Robinsona. Otuda, privreda koja ostvaruje *Pareto-efikasnost* kreće se duž granice mogućih korisnosti. Da privreda funkcioniра u tački ispod granice KMK, npr. u tački A na slici, tada je moguće povećati korisnost Y bez smanjivanja korisnosti X i obratno, ili povećati korisnost obojici.
- Ekonomska nauka proučava tri aspekta efikasnosti, neophodnih da bi se ostvarila *Pareto-efikasnost*, i to:
 - (1) *efikasnost razmjene*,
 - (2) *proizvodna efikasnost* i
 - (3) *efikasnost kombinacije proizvoda*.



TRI ASPEKTA EFIKASNOSTI ZA PARETO EFIKASNOST

- **(1) Efikasnost razmjene** (ravnoteža potrošača na konkurentnom tržištu) podrazumjeva da svi proizvodi stignu do pojedinca koji ih najviše preferira. Efikasnost razmjene obezbjeđuje da se proizvodna dobra raspodjele tako da niko ne može biti na dobitku ukoliko neko drugi nije na gubitku. Dakle, trgovina ne daje mogućnost da obje strane budu na dobitku.
- Količina jednog proizvodnog dobra koju je pojedinac spreman odreći se u razmjeni za jedinicu drugog dobra je *marginalna (granična) stopa supstitucije*. Sve dok se granična supstitucija osoba X i Y razlikuje postoji prostor za nagodbu. Efikasnost stope razmjene stoga zahtjeva da marginalna stopa supstitucije bude ista za sve pojedince. Pošto se u konkurentnoj privredi svi potrošači susreću s istim cijenama, i svaki od njih određuje svoju graničnu stopu supstitucije jednaku odnosu cijena, granična stopa supstitucije za sve njih je jednaka. Pošto stoji pretpostavka da ista granična stopa supstitucije za sve pojedince predstavlja uslov za efikasnost razmjene, konkurentna tržišta se odlikuju efikasnošću razmjene.
- **(2) Efikasnost proizvodnje** (konkurentna ravnoteža na tržištu *inputa*), koja podrazumjeva da je proizvodnja efikasna, ukoliko, uz date resurse i tehnologiju, nije moguće povećati proizvodnju jedne robe bez smanjenja proizvodnje najmanje jedne druge robe.
- Konkurentna ravnoteža na tržištu *inputa* se ostvaruje i predstavlja efikasan rezultat konkurentnog procesa jer svaki proizvođač maksimalizira profit odabirući inpute tako da omjer cijena inputa bude jednak marginalnoj stopi tehničke supstitucije.
- **(3) Efikasnost na tržištu proizvoda** (konkurentna ravnoteža na tržištu *outputa*) podrazumijeva da svaki sistem potrošnje je optimalan ako, na osnovu raspoložive količine potrošnih roba i želja i ukusa potrošača, nije moguće poboljšati položaj ni jednog potrošača, a da se pri tome ne pogorša položaj nekog drugog potrošača.
- Načine koji pokazuju kako da se stigne do najpoželjnijeg stanja u društvu proučava **ekonomija blagostanja**, kao ukupan zbroj zadovoljstava što ih pojedinac doživljava upotrebom raspoložive količine dobara u privredi koja funkcioniše duž granice mogućih korisnosti.

OPĆA RAVNOTEŽA POTPUNE KONKURENCIJE

- Pod određenim uslovima, stanje savršene konkurencije vodi u Pareto optimalnost. Svaka konkurentna privreda ostvaruje Pareto-efikasnost.
- Predhodno proučavana tržišta su parcijalna (pojedinačna) tržišta. Međutim, u stvarnosti su sva tržišta međuvizna. Uslovi na jednom tržištu utiču na cijene i proizvodnju na drugim tržištima, s obzirom da se proizvodi s jednog tržišta koriste kao proizvodni inputi na drugim tržištima ili zato jer su dva proizvoda supstituti ili komplementi. Otuda analiza *opće ravnoteže* ispituje *cijene i količine na svim tržištima istovremeno* i uzima u obzir *povratni efekat*, koji govori da cijene i količine sa jednog tržišta utiču ili su uzrokovani cijenama i količinama na srodnom tržištu.
- **Opća ravnoteža** je ravnotežno stanje privrede u cjelini, u kome su sva tržišta (proizvoda i usluga, faktora proizvodnje) istovremeno u ravnoteži.
- Na takvom tržištu istovremeno se odvijaju procesi u kome preduzeća proizvode finalna dobra potražujući faktore proizvodnje, dok domaćinstva nude faktore proizvodnje potražujući finalna dobra. Dakle, svi procesi ponude i tražnje roba/usluga i faktora proizvodnje, cijena i dohodaka, troškova i preferencija potrošača čine pojedinačne dijelove istovremenog i međuzavisnog procesa. Npr., ponuda i tražnja čokolade determiniše ponudu i tražnju sirovina za proizvodnju čokolade: kakao, šećera, mlijeka i sl., kao i odgovarajuće radne snage, kapitalnih dobara i tehnologija, kako za samu čokoladu tako i njenih sastojaka, pa još dalje – tržišnih interakcija u sektorima mljekarstva, konditorske industrije itd.

Uslovi za postojanje opće ravnoteže su:

- ***Opšta ravnoteža privrede u potpunoj konkurenciji uvijek je Pareto-efikasna,***
- ***Pareto-efikasne alokacije predstavljaju opštu ravnotežu privrede u potpunoj konkurenciji za odgovarajuću raspodjelu resursa,***
- ***Alokacija koja maksimizira društveno blagostanje uvijek je Pareto-efikasna,***
- ***Pareto-efikasne alokacije maksimiziraju društveno blagostanje za neku funkciju društvenog blagostanja.***
- Dakle, svaka alokacija koja predstavlja opću ravnotežu privrede u potpunoj konkurenciji u isto vrijeme predstavlja i maksimum društvenog blagostanja za neku funkciju društvenog blagostanja.

UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE-VII
NESAVRŠENOST TRŽIŠTA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

NESAVRŠENOSTI TRŽIŠTA (ODSTUPANJE OD TRŽIŠNE EFIKASNOSTI)

- Kao idealni mehanizam koordinacije, gdje se odluke o alokaciji resursa donose dobrovoljnom razmjenom dobara po tržišnim cijenama, tržište gotovo da ne postoji. Tržište je idealni mehanizam koordinacije, samo pod pretpostavkama djelovanja potpune (savršene, perfektne) konkurencije i uspostavljenog nivoa tržišne ravnoteže.
- U stvarnosti, tržište je daleko od svog idealnog stanja – savršene konkurencije. Zapravo, tržište je sklono ispoljavanju određenih *grešaka* upravo zbog tendencija u stalnom remećenju postojeće ravnoteže, pa se javlja kao dinamičan ali nedovoljno stabilan sistem.
- Posljedice ovakvog stanja su: nestabilan tempo privrednog rasta i cikličan karakter privrednog razvoja, nedovoljno iskorištenje resursa, nestabilnost cijena, odnosno pojava inflacije i nezaposlenosti.
- Svaka odstupanja od modela potpune konkurencije istovremeno znače i stanje suboptimalne efikasnosti u alokaciji resursa, shvaćene u Paretovom smislu.
- Postoji šest važnih slučajeva tržišnih nedostataka koja ukazuju na nesavršenosti tržišta i neostvarivanje Pareto-efikasnosti: (1) nepotpuna (nesavršena) konkurencija, (2) eksterni efekti, (3) javna dobra, (4) nesavršene informacije, (5) nepotpuna tržišta, (6) nezaposlenost i drugi makroekonomski poremećaji.

NEPOTPUNA KONKURENCIJE I NEPOTPUNO TRŽIŠTE

- Kad god pojedini ekonomski subjekti imaju neku mjeru kontrole nad cijenom proizvoda govorimo o tržišnom stanju nepotpune konkurencije.
- ***Nepotpuna (nesavršena) konkurencija*** je znatno odstupanje od savršene konkurencije i dolazi sa pojavom nesavršenog konkurenta (monopola i oligopola), čija tržišna moć (najčešće povećani tržišni udjeli) rezultiraju cijenama koje su veće od onih koje bi se formirale u uslovima savršene konkurencije.
- To je, zapravo, slika prave privredne stvarnosti u kojoj je većina preduzeća, «osim možda miliona farmera koji pojedinačno proizvode zanemarljivi dio ukupne žetve, nesavršeni konkurenti.»
- Međutim, unutar samog tržišnog mehanizma postoje procesi koji bitno slabe moć konkurencije. Radi se o izvorima nesavršene konkurencije, koje klasificiramo u dvije grupe:
- postojanje ekonomije obima i opadajućih troškova
- «prepreke ulasku» novih konkurenata

NEPOTPUNA KONKURENCIJE I NEPOTPUNO TRŽIŠTE

- (1) Postojanje ekonomije obima i opadajućih troškova najčešća je karakteristika velikih industrijskih preduzeća, koja povećavanjem proizvodnje smanjuju svoje prosječne troškove (ispod graničnih troškova) i time ostvaruju konkurentsku prednost u odnosu na mala preduzeća.
- Smanjenje prosječnih troškova omogućuje ovom preduzeću da snižava cijene, čime se eliminiše opstanak mnoštva savršenih konkurenata u istom sektoru koja ne mogu pratiti dato snižavanje cijena.
 - Ovo stvara *nesavršenu konkurenciju*, jer omogućava opstanak samo jednog (monopol) ili nekoliko preduzeća (oligopola) na tržištu.
 - Primjer nesavršene konkurencije je i postojanje *prirodnog monopola*, koji odražava situaciju «kada je jeftinije da jedno preduzeće obezbjeđuje cjelokupnu proizvodnju, nego da se obavlja parcijalno od strane nekoliko preduzeća» (npr. pošta, električna energija i sl.)
- (2) «Prepreke ulasku» novih konkurenata «su faktori koji novim preduzećima otežavaju da uđu u neku industriju.» Nastaju onda kada
- (a) *pravna ograničenja* ili
 - (b) *ekonomske prepreke (diferencijacija proizvoda)* smanjuju broj mogućih konkurenata.

(a) Najčešća pravna ograničenja su: **patenti, ulazna ograničenja, te carine i kvote u vanjskoj trgovini.**

- **Patenti** se dodjeljuju pronalazaču kao isključivo pravo na neki pronalazak (inovaciju). Kao ostvareno pravo patenti čine konkurenciju nesavršenom jer nisu dostupni drugim konkurentima.
 - **Ulazna ograničenja** u neke privredne sektore najčešće podrazumijevaju **monopolske koncesije** preduzećima. Ove koncesije predstavljaju ugovore kojima država dodjeljuje nekom preduzeću isključivo pravo pružanja određene usluge. Država obično sklapa ovakve ugovore sa sektorima sa prirodnim monopolima koji pružaju važne usluge (npr. isporuke električne energije, plina i vode, koji se omogućavaju potrošačima bez razlike)
 - Uvozna ograničenja uvodi država da bi zaštitila domaću proizvodnju (**postoji izreka «carina je majka monopola»**), čime se domaća preduzeća stavljaju u konkuretniju poziciju od stranih (pri ulasku strana preduzeća moraju računati sa dodatnim troškovima – carinama ili ograničenjima- uvoznim kvotama).
- (b) Ekonomске prepreke ulasku na tržište odnose se na prošireno prisustvo diferencijacije proizvoda, što je i karakteristično za stanje nesavršene konkurencije (u modelu savršene konkurencije proizvodi su istovjetni). Izvori diferencije proizvoda mogu proizilaziti iz lokacije ili kvalitete proizvoda ili usluga. **PRIMJER; Auto industrija – diferencirani proizvodi; BMW I MERCEDES.**

VRSTE NEPOTPUNE KONKURENCIJE- MONOPOL I OLIGOPOL

Osnovne vrste nesavršene konkurencije su: monopol (monopson), oligopol (oligopson) i monopolistička konkurencija.

- **(1) Potpuno suprotno savršenoj konkurenciji (mnoštvo učesnika na tržištu), monopol je** tržišno stanje u kome jedan prodavac ima potpunu kontrolu nad cijelim tržištem. *Monopolist* je jedini proizvođač u svom sektoru i nijedan drugi sektor ne proizvodi čak ni adekvatni supstitut (izraz *monopolist* dolazi od grč. **mono = jedan i polist = prodavac**).
- **Monopolsko stanje može postojati i na strani tražnji.** Postojanje samo jednog kupca naziva se monopson. U svom čistom obliku, *monopson* se javlja kod prometa nekih sirovina (npr. otkupna stanica ljekovitih bilja), u vrijeme ratova i većih ekonomskih poremećaja. Monopson se još naziva «monopolom kupca.» Monopoli nastaju kao rezultat visokog stepena koncentracije i centralizacije proizvodnje i kapitala, a često djeluju i kao sporazumi i savezi velikih proizvođača i trgovaca.
- **Svojom tržišnom snagom, monopoli su u stanju da u potpunosti određuju cijene na tržištu (za razliku od potpune konkurencije gdje niko ne može uticati na cijenu).** Tako formirana cijena je **monopolska cijena**, a ona, u pravilu premašuje normalne cijene koje se formiraju u odnosima potpune konkurencije. Osim naknade troškova i uobičajene zarade, monopolska cijena obuhvata još i monopolski ekstraprofit.
- Treba napomenuti da su **potpuni monopoli danas rijetki**. Pojavljuju se, najčešće, u obliku **prirodnih monopola (telefonska mreža, plin, električna energija)**. Na dugi rok, međutim, ni jedan monopolista nije siguran od napada konkurenata. Čak i prirodni monopoli **dugoročno nisu sigurni: konkurišu im supstituti drugih sektora – kablovskim telefonima konkurišu mobilni, a struji i plinu ostala goriva.**

OLIGOPOLI

(2) Mnogo češći oblik nesavršene konkurencije je tržišno stanje sa dva (ili nekoliko) učesnika. Naime, pojedini prodavci, odnosno kupci uspijevaju da formiraju znatan dio ukupne ponude, odnosno tražnje, i da tako utiču na cijene u svoju korist.

■ Nekoliko preduzeća na strani ponude, koji presudno utiču na kretanje cijena nazivaju se oligopoli (grč. *oligopol* = malo prodavaca), dok je konkurentima pristup otežan. U stanju nepotpune konkurencije može ih biti najmanje dva, kada se nazivaju *duopoli*.

■ Tipični primjeri **oligopolskih tržišta** su **tržišta automobila** i **tržišta prerađivačke industrije**, a najprisutniji su u američkoj privredi.

■ Oligopolisti često sklapaju tajne dogovore o cijenama, proizvodnim kvotama ili podjeli tržišta (tzv. džentlmenski sporazumi), a mogući su i prešutni dogovori. Na ovaj način izbjegavaju rat cijenama i druge neizvjesnosti, te otežavaju ulazak novim konkurentima, a krajnje posljedice su iste kao i kod monopola: manje proizvoda uz više cijene od potpune konkurencije.

■ U suštini, postizanjem sporazuma o složnom nastupu na tržištu, npr. radi maksimiziranja profita, **duopol se pretvara u monopol**.

- Kao oligopolistički oblici pojavljuju se: **korner, pul, kartel, trust i koncern**. Najpoznatiji **kartel je OPEC** (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*), kojeg su formirale zemlje izvoznice nafte.
- **Više kupaca koji presudno utiču na kretanje cijena nazivaju se oligopsoni**. Njih također može biti najmanje dva, u tržišnom stanju nepotpune konkurencije, kada se nazivaju *duopsoni*.
- **Korner je oblik povezivanja trgovaca kako bi ovladavali tržištem i povisili cijene.**
- **Kartel predstavlja oblik horizontalnog povezivanja preduzeća koja proizvode iste ili slične proizvode. U tu svrhu oni sklapaju *kartelni sporazum*, kojima je cilj postizanje zajedničke cijene ispod koje ne žele prodavati svoje proizvode (kartel cijena), teritorijalnu podjelu rada (kartel tržišta) ili ovim sporazumom određuju količinu proizvodnje maksimalno dopuštene pojedinoj članici kartela (kartel proizvodnje).**
- **Pul (engl. *pool*) je interesna zajednica neovisnih preduzeća koja međusobno sarađuju na različitim projektima proizvodnje i trgovine.**
- **Koncern predstavlja oblik povezivanja preduzeća ili grupa preduzeća, sa zadržanim pravnim statusom, povezanih tako da jedno preduzeće ima kontrolni paket dionica.**
- **Trust čini skupinu preduzeća koja su potčinjena jedinstvenoj upravi. Povezuju različita preduzeća (horizontalni trust) ili preduzeća povezana proizvodnim procesom od sirovina do gotovog proizvoda (vertikalni trust).**

Monopolistička konkurencija

- **U monopolističkoj konkurenciji**, koja je od svih oblika nepotpune konkurencije najbliža potpunoj konkurenciji, sudjeluje veliki broj preduzeća različite veličine, a ulazak novih konkurenata je relativno lak (**nema ekonomskih i pravnih prepreka**).
- Njihovi proizvodi (obično trgovina na malo i uslužne djelatnosti) su diferencirani što im daje prednost u odnosu na konkurente. Svi oni imaju izvjestan uticaj na cijene, naročito u kratkom roku.
- Tržišna cijena u stanju nepotpune konkurencije je rezultat ponašanja svih sudionika na tržištu. **S tim, što presudni uticaj na cijene imaju oligopoli, odnosno oligopsoni.**
- **Ponuda je nepotpuno elastična u odnosu na cijene**, jer ne postoji idealna pokretljivost faktora proizvodnje iz jedne vrste proizvodnje ili grane u drugu.
- **Tražnja je također nepotpuno elastična u odnosu na tržišne cijene**, jer djeluju učinci supstituta i komplementarnih dobara.

■ *Pojednostavljena shema tržišnih stanja*

Tražnja Ponuda	Mnogo	Malo	Jedan
Mnogo	Polipol (potpuna konkurencija)	Oligopol ponude	Monopol Ponude
Malo	Oligopol tražnje	Oligopol dvostrani	Ograničeni monopol ponude
Jedan	Monopol tražnje	Ograničeni monopol tražnje	Dvostrani Monopol

Kvalifikacija tržišnih stanja prema Weintraub-u

Tržišno stanje	Broj učesnika	Elastičnost supstitucije ili tražnje (E_s)	Unakrsna elastičnost tražnje (c_{xy})
Potpuna konkurencija	Veliki	~	0
Monopol	Jedan	Određeni mali	0
Oligopol	Mali	~	Određeni broj
Ograničena konkurencija	Veliki	Određeni (veliki) broj	Određeni broj

MJERENJE TRŽIŠNE MOĆI

- Učešće preduzeća na tržištu mjeri se pokazateljima **tržišne moći**. Pod pojmom *tržišne moći* podrazumijevamo stepen uticaja ponuđača ili kupaca na odvijanje tržišnih transakcija, prije svega na oblikovanje cijena. Tržišna moć je veća, ako je broj kupaca i prodavaca na tržištu manji (dakle, tržišna moć pretpostavlja nepotpunu konkurenciju). Za mjerenje ove moći koriste se dva pokazatelja: **koeficijent koncentracije** i **Herfindahl –Hirschmanov index**.

(1) Koeficijent koncentracije pokazuje udio prvih 4 do 8 najvećih preduzeća u ponudi nekog sektora. U slučaju čistog monopola, koeficijent koncentracije iznosi 100,0 %, a sa svakim povećavanjem broja tržišnih učesnika se smanjuje.

- Analiza savremene tržišne strukture razvijenih zemalja pokazuje da se povećava stepen konkurentnosti u većini privrednih grana, napr., u SAD je krajem 1950-ih godina samo oko 56 % industrijskih sektora bilo potpuno konkurentno dok je 1980-ih godina konkurentnost povećana na 77 %.

(2) Herfindahl –Hirschmanov index (HHI) obuhvata sva preduzeća na tržištu. Izračunava se kvadriranjem tržišnih udjela svakog preduzeća i zbrajanjem tako dobivenih kvadrata. U slučaju monopola, HHI ima maksimalnu visinu koja iznosi 10.000, dok je u uslovima potpune konkurencije vrijednost HHV veća od 0, ovisno od broja tržišnih učesnika.

EKSTERNI EFEKTI (EKSTERNALIJE)

Tržišne transakcije uključuju dobrovoljne razmjene u kojima ljudi razmjenjuju dobra za novac. Međutim, mnoga međudjelovanja, kao što su eksternalije, se odvijaju izvan tržišta. Ovakvi efekti postoje onda kada akcije pojedinaca ili grupa utiču na blagostanje ili štetu drugih, bez njihove volje ili saglasnosti. Odnosno, eksternalije su one ekonomske aktivnosti jednog pojedinca ili preduzeća koje imaju uticaj na drugog pojedinca ili preduzeće, a da za to ne plaćaju (ne snose troškove) ili nisu plaćeni.

Eksternalije se sastoje od troškova i koristi koji se nagomilavaju, ne onome ko ih proizvodi, već drugim pojedincima ili društvu kao cjelini i predstavljaju primjer sukoba pojedinačnog i javnog interesa, odnosno odstupanje od optimalne alokacije resursa u Paretovom smislu.

Eksternalije se pojavljuju kao:

(1) negativne, pa se zovu eksterne diseconomije (negativan uticaj na druge, tj. povećavanje njegovih troškova) i

(2) pozitivne, i tada se nazivaju eksternim ekonomijama (koristi drugima bez naknade).

(1) Negativni eksterni efekti se najčešće vežu za zagađivanje okoliša, odnosno troškove ugrožavanja prirodne okoline i normalnog biološkog i socijalnog ambijenta života ljudi. Klasični primjeri negativnih eksternalija su, npr., zagađivanje okoline od strane bazne hemijske industrije Tuzle ili efekti tonjenja grada od posljedica eksploatacije soli. U oba ova slučaja povećavaju se troškovi – u prvom slučaju troškovi održavanja zdravlja a u drugom troškovi sanacije koji padaju na teret grada ili države.

- **(2) Eksterni efekti nisu isključivo negativne prirode.** Naprotiv, aktivnosti pojedinca ili preduzeća često rezultiraju eksternim korisnicima nekoj strani koja ne učestvuje u toj aktivnosti.
- **Pozitivne eksternalije se najčešće povezuju sa znanjem i inovacijama. Mnoge razvijene zemlje, naprosto, «preuzmu» stručnjake i specijaliste iz nerazvijenih zemalja bez ulaganja u njihovo školovanje.** Isto, tako, izgrađeni moderni put donosi povoljne eksterne efekte za obližnu fabriku jer joj smanjuje transportne troškove a ona nije učestvovala u finansiranju tog puta.
- Dakle, ovi eksterni efekti su troškovi ili koristi koji nastaju za treća lica kao vantržišne transakcije, i nisu obuhvaćeni tržišnom cijenom. Posljedice eksternih efekata se odnose, u prvom slučaju na nedovoljnu ponudu dobara koja stvaraju pozitivne eksterne efekte, a u drugom, prekomjernu proizvodnju dobara koja stvaraju negativne eksterne efekte.
- **Ekonomski subjekti nisu u stanju da eksterne efekte unesu u tržišne cijene robe, a to može učiniti samo država propisivanjem:**
 - a) **korektivnog poreza, kojim se otvara mogućnost naknade štete licima koja su oštećena dejstvom negativnih eksternih efekata;**
 - b) **zabranom ili ograničenjem djelatnosti koje proizvode negativne eksterne efekte (npr. u slučaju zagađivanja okoline).**

JAVNA DOBRA

- Dobra ili usluge koje tržište nemože ili neće obezbjediti, a koriste svim građanima su *javna dobra*.
- Preciznije, *javna dobra* predstavljaju dobra/usluge čije su koristi dostupne cijeloj zajednici bez obzira žele li pojedinci to dobro ili uslugu koristiti ili ne. To znači da im je ponuda savršeno elastična, a njihovi granični troškovi ravni nuli. Pojedinci ih besplatno koriste, a svako uključenje sljedećeg pojedinca ne dovodi ni do kakvog povećavanja graničnih troškova.
- Tri temeljna obilježja (*čistih*) javnih dobara, koja ih razlikuju od tržišnih dobara, su:
 - (1) Istovremena i besplatna raspoloživost za više korisnika,
 - (2) Nemogućnost isključenja pojedinaca iz upotrebe javnog dobra, i
 - (3) Jednakost potrošnje za sve korisnike.
- Za javna dobra se kaže da omogućavaju **nerivalnu potrošnju**, nasuprot tržišnih dobara koja predstavljaju **rivalnu potrošnju**. Naime, tržišna dobra/usluge su dostupni onim potrošačima koji za njih plati, a njihova prisutnost na tržištu isključivo ovisi od interesa i zarada ponuđača (proizvođača i trgovaca).
- **Za razliku od tržišnih dobara, čista javna dobra se ne mogu kupiti na tržištu, a javljaju se kao izraz opštih potreba savremenog čovjeka.**

PRIMJER

- Primjeri javnih dobara su: **parkovi, javna škola ili bolnica, gradsko osvjetljenje, odbrana zemlje i zaštita građana, putevi i sl.**
- Primjer
- *Pretpostavimo primjer izgradnje (asfaltiraj) puta kroz jedno naselje. Ovaj projekat košta 1.000.000 €. Ako bi postojao tržišni motiv za izvođača radova tada bi postojećih 10.000 domaćinstava ovog naselja morali platiti po 100 €. Ali ne postoji način da se domaćinstva prisile da plate pristojbu, a kamoli da stvorimo sistem u kojem domaćinstva koja imaju najviše koristi od puta ili ga najviše žele doplate i najvišu pristojbu. Korištenje puta je neisključivo i neekskluzivno: ako se put izgradi svi će imati koristi od toga. Stoga domaćinstva neće imati motiva platiti onoliko koliko im je put koristan. Pojedinci se ponašaju kao slobodni jahači (free riders) i ne plaćaju onoliko koliko im put zaista koristi.*
- Udio javnih dobara u savremenim privredama i životu ljudi uopšte je sve veći, a time i obaveza društva da izdvaja sredstva, obezbjeđuje i reprodukuje javna dobra, što privatna inicijativa i tržišta ne mogu da obezbjede, niti za to imaju ekonomski interes. Zbog istodobne raspoloživosti za više korisnika i nemogućnosti isključenja pojedinaca iz potrošnje teško je natjerati ljude da plate za njihovu upotrebu – potrošnju. Zbog prisustva *slobodnih jahača*, tržištima je gotovo nemoguće efikasno pružati javna dobra. U ovim slučajevima, dakle, tržište ne može biti isključivi instrument efikasne alokacije, već su potrebna *netržišna rješenja*.
- Zbog toga, ako želimo da se javna dobra proizvode efikasno nužna je da ih subvencionira ili u cijelosti plaća država.

UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE-VIII

REGULATORNA ULOGA DRŽAVE

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

REGULATORNA ULOGA DRŽAVE

- Sa nastankom kapitalizma država je istaknuta sila **prinude**, ali ujedno, i njegov **ekonomski činilac**.
- Pomenimo razdoblje od **XVI do XIX stoljeća**, kada se i u ovoj epohi, koja se potpuno deklariše kao **ekonomski način uređenja društva**, država angažira neposredno kao poduzetnik, vlasnik i akcionar pomorskih kompanija i raznih gusarskih poduhvata, stvarno kao činilac koji uvećava materijalno bogatstvo, novčane i proizvodne mogućnosti društva.
- Privredna historija zapadnoevropskih država pruža bezbroj primjera o tome

DRŽAVA I EKONOMSKI SISTEM

- Slika savremene ekonomske aktivnosti države (sistem mješovite privrede na kapitalističkoj osnovi) pokazuje na njeno:

(a) Stvaranje i nametanje primjene pravila

(b) Promjena pravila

(c) Učešće ekonomskog aktera.

- U prva dva slučaja država stvara i nameće **primjenu pravila funkcioniranja privrede i pravila demokratske vladavine**, čime na jednoj strani,
 - **vrši zaštitu građanskih prava, vlasničkih prava i prisiljavanje na izvršavanje ugovora,**
 - a na drugoj **postavlja pravila igre za ekonomske aktivnosti i pravni okvir za tržišnu utakmicu.**
- Osiguravanje primjene pravila djeluje u svačiju korist, budući, da npr. „svi imamo koristi od sprečavanja krađe i lične imovine i napada na nas lično“.
- Država, također, **mijenja pravila, donoseći nova ili korigujući stara.**
- *Najčešće je riječ o pravilima za funkcioniranje tržišta i privatnog vlasništva: samo u zadnjih 50 godina pravila su mijenjana tako što su tržišta prvo **čvršće regulirana (ograničavana),** a potom **deregulirana** kroz oblike ekonomske liberalizacije, ili,*
- tako što je država **prvo nacionalizirala pojedine sektore** nakon Drugog svjetskog rata, a potom ih, **u zadnjim decenijama, privatizirala.**

REGULATORNA ULOGA DRŽAVE

- **Država se može pojaviti u ulozi:**
 - **Proizvođača**
 - **Mikroekonomskog regulatora**
 - **Distributera**
 - **Makroekonomskog regulatora**

- Kao **mikroekonomski regulator**, država utiče na ono što će privatna preduzeća proizvoditi, na način na koji će se dobra i usluge proizvoditi i na mjesto gdje će se proizvoditi.
- Kao **distributer**, država utiče na raspodjelu dohotka među pojedincima i grupama.
- Kao **makroekonomski regulator**, država koristi različite metode kojima utiče na poslovni ciklus i kontrolira nestabilnost cijena, profite i zaposlenost koji proizilaze iz njegova naizmjeničnog ritma ekspanzije i recesije.
- Za sve ove uloge, državi stoji na raspolaganju osnovni **instrumenti državne politike**: državni rashodi, porezi, propisi ili nadzor nad odvijanjem ekonomskih aktivnosti u preduzećima u državnom vlasništvu.

- Danas, međutim, postoje neslaganja u tome koliko bi aktivna država trebala da bude, jedni se zalažu za ograničenu ulogu, a drugi za aktivniju ulogu države u ekonomiji.
- Među američkim ekonomistima danas „preovlađuje stav da bi ograničena državna intervencija mogla da ublaži (ali ne i da riješi) najteže probleme:
- **Država, stoga, treba da preuzme aktivnu ulogu u održavanju pune zaposlenosti i ublažavanju najtežih aspekata siromaštva, dok glavnu ulogu u privredi treba da igra privatni sektor.»**
- Preovlađuje mišljenje da bi država i tržišta mogli da saraduju i da se uzajamno učvršćuju.
- **“Pa, ipak, i dalje postoje nesuglasice u zavisnosti o tome kako se prilazi nesavršenostima tržišta i vjerovanju koliko država zaista može efikasno ispravljati te nesavršenosti.”**

EKONOMSKE FUNKCIJE DRŽAVE

■ EKONOMSKE FUNKCIJE DRŽAVE

- Koristeći se instrumentima državne politike, država realizuje svoje četiri ekonomske funkcije:

- (1) Unapređivanje ekonomske efikasnosti,*
- (2) Ostvarivanje manje nejednake raspodjele dohotka,*
- (3) Stabiliziranje ekonomije pomoću makroekonomskih politika, i*
- (4) Međunarodno predstavljanje zemlje.*

Ostvarivanje manje nejednake raspodjele dohotka

- Preraspodjelu dohotka države najčešće ostvaruju na slijedeće načine:
- **(1) oporezivanjem** (*uvođenjem progresivnih poreskih stopa – što je dohodak veći i porezi su veći i obratno, sa smanjivanjem dohotka smanjuju se poreske stope*),
- **(2) politikama trošenja** (*transferni programi, „socijalno-sigurnosne mreže“*) *putem novčanih pomoći najsiromašnijim i nemoćnim ljudima (starijim osobama, slijepima, invalidima, nezaposlenima, porodicama sa preniskim dohocima), subvencioniranjem neophodne zdravstvene njege i socijalnog osiguranja,*
- **(3) politikama reguliranja jednakih uslova za zapošljavanje, stanovanje i jednake** obrazovne mogućnosti za sve članove društva, uključujući besplatno osnovno školovanje.

Stabiliziranje ekonomije pomoću makroekonomskih politika

- ***Fiskalna politika*** (doslovno značenje izraza *fiskalna politika*, prema engl. *Fiscal policy*, je „politika javnih prihoda/poreza) predstavlja skup mjera usmjerenih na primjenu javnih (budžetskih) prihoda i javnih rashoda radi ostvarivanja ravnomjernog ekonomskog rasta i stabilnosti cijena.
- ***Monetarna (novčana) politika*** određuje količinu novca u opticaju, visinu kamatnih stopa i opseg kredita, čime država utičući na kamate i investicije, može osiguravati: visoku stopu zaposlenosti, nisku inflaciju, platnobilansnu ravnotežu i rast društvenog proizvoda.
- Monetarnu politiku u svakoj zemlji neposredno provodi centralna (ili narodna) banka.

Međunarodno predstavljanje države

- **Ekonomske interese država promovira i štiti na međunarodnom nivou, praveći odgovarajuće sporazume s drugim zemljama.**
- **Na međunarodne probleme ekonomske politike država reaguje tako što: smanjuje trgovačke prepreke, donosi programe pomoći, usklađuje makroekonomske politike i vrši zaštitu globalnog okoliša.**
- **Smanjenje trovačkih prepreka država provodi sa drugim zemljama putem usklađivanja zakona i smanjenja trgovačkih prepreka kao i poticanjem međunarodne specijalizacije i podjele rada.**
- **Programe pomoći donose visoko razvijene zemlje radi poboljšanja ekonomskog stanja u siromašnim zemljama. Ovi programi se realiziraju *bilateralno* (pomoć jedne zemlje drugoj), ili *multilateralno*, npr. preko institucija Svjetske banke koja siromašnim zemljama dodjeljuje kredite s niskim kamatama.**
- **Današnja povećana ekonomska međuovisnost zemalja upućuje na *usklađivanje njihovih makroekonomskih politika*.**
- **Cilj je usklađivanje njihovih fiskalnih i monetarnih politika kako inflacija ili nezaposlenost ne bi iz jedne prešli u drugu zemlju. Najčešće se koriste koordinacije trgovinskih i valutnih politika, ali se s integracijskim procesima širi popis ekonomskih politika koje su predmet koordinacije. Npr. EU koordinira monetarne politike, a IMF, na globalnom nivou, koordinira politike valutnih kurseva.**

- Da bi otklonile nedostatke tržišnog mehanizma savremene države nasuprot *nevidljivoj ruci (slobodno tržište)* uvode *vidljivu ruku države, kojom se obezbjeđuje* ekonomska efikasnost, pravednija raspodjela, makroekonomska stabilizaciona politika i nacionalni interesi u međunarodnoj ekonomiji.
- To priznaju i najkonzervativniji ekonomisti opredjeljeni za slobodno tržište, iako među ekonomistima nije postignuta saglasnost koliko država zaista može efikasno ispravljati nesavršenosti tržišta.
- No ono što je sigurno, kako konstatuju **Samuelson i Nordhaus**, je da su „**obje polovice – tržišna i državna – neophodne za zdravo funkcioniranje privrede.**“
- Upravljanje savremenom privredom bez bilo koje od njih, je poput pokušaja da se zaplješće jednom rukom.“

Državno uklanjanje tržišnih nedostataka- Samuelson/Nordhaus

Promašaji „nevidljive ruke»	Intervencija države	Tekući primjeri državne politike
(1) Neefikasnost -Monopol -Eksternalije -Javna dobra	- Intervencija na tržištu - Poticanje korisnih Djelatnosti	- Antitrustovskih zakoni - Propisi o ekološkoj zaštiti - Narodna odbrana, - Svjetionici
(2) Nejednakost -Neprihvatljive nejednakosti dohotka i bogatstva	Preraspodjela dohotka - Subvencioniranje aktivnosti, - Redistribucija dohotka	- Progresivno oporezivanje dohotka i bogatstva -Programi potpore dohotka (npr. bonovi za hranu)
(3) Makroekonomski problemi: - Poslovni ciklusi (visoka inflacija i nezaposlenost)	- Stabilizacija kroz makroekonomsku politiku	- Monetarna politika (npr. promjene u ponudi novca i kamatnoj stopi) - Fiskalna politika (npr. programi poreza i trošenja)
(4) Spori ekonomski rast	Poticanje ekonomskog rasta	- Ulaganje u obrazovanje - Smanjivanje deficita i povećanje stope štednje

UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE-IX

NOVAC I INFLACIJA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

POJAM I EVOLUCIJA NOVCA

- Novac je sredstvo koju javnost prihvata kao sredstvo plaćanja, medijum za razmjenu i mjerilo vrijednosti svih drugih roba i usluga. Razmjenjivost za sve robe i usluge, čini novac posebnom ili rijetkom robom («**roba nad robama**»), koja u sebi sadrži «**u prikrivenom stanju**» sve druge robe. Prihvaćenost općim sredstvom razmjene uslovljena je sljedećim **osobinama novca u savremenoj ekonomiji**:
 - (1) **Prenosivost** - novac mora biti pogodan za nošenje i prenos radi transakcija na različitim lokacijama;
 - (2) **Trajnost** – novac mora posjedovati fizičku trajnost;
 - (3) **Djeljivost** – mora postojati mogućnost djeljivosti novca na jednake dijelove (npr. 1 US dolar = 100 centi);
 - (4) **Standardizovanost** – novčanice se ne smiju razlikovati po obliku ili kvalitetu, što je preduslov njihove prihvaćenosti;
 - (5) **Prepoznatljivost** – novac mora biti poznat i prepoznatljivost, čime se olakšava njegova primjena i zaštita od falsifikata.

- Problem se rješava nastankom **robnog novca** – robe koja počinje vršiti funkciju opšteg ekvivalenta, tj. za koju se u razmjeni može dobiti bilo koja druga roba.
- U početku kao prirodni novac funkcioniraju različite robe: stoka (latinski naziv *pecunia* dolazi od riječi *pecus*: govedo) zbog svoje pokretljivosti i mogućnosti otuđivanja, ali i mnoge druge robe: koža, krzna i svila (u Staroj Kini), žitarice (Egipat), so (Etiopija), zatim školjke, oružje (npr. noževi i vrhovi strijela), duhan, itd. Uspostavljaju se stalna mjesta razmjene (pijace, trgovi) na kojima se trguje u unaprijed utvrđenim terminima, što smanjuje troškove razmjene.
- Kasnije su ovu funkciju preuzele robe koje su po svojim prirodnim svojstvima bile još pogodnije za funkciju opšteg ekvivalenta, prvo razni metali a potom samo **plemeniti metali (zlato i srebro)**, koji su pokazali prednost nad ostalim robama: djeljivost, postojanost (ne kvari se) i lakšu prenosivost, veliku vrijednost u malim količinama itd. Umjesto više roba kao u slučaju prirodnog novca, prihvata se jedna roba (zlato), koja funkcionira kao *robni standard*. Prvo u obliku *kovanica* kao čistog zlatnog standarda ili punovrijednog novca (u srednjem vijeku), a zatim kao reprezentanta punovrijednog novca, tj. *papirnog novca* – banknota (u početku samo kao izdatih priznanica za primljene kovanice za vrijeme rata USA sa Kanadom 1690. godine a zatim masovno od XIX st.).

NOVAC

- **Elektronski (digitalni) novac** definiramo kao: «novac koji se kreće kroz elektronske medije, tj. van uobičajenih kanala plaćanja koje tradicionalno podržavaju banke.»
- Ovim ne samo da potpuno nestaju dotadašnji troškovi razmjene, već se prevazilaze i slabosti klasičnog (papirnog) novca kao što su: vrijeme potrebno za prenos; rastojanje na koja ga je potrebno prenijeti da bi se ostvarilo plaćanje; rizici u transportu; troškovi izrade (štampanje, kovanje); troškovi transakcija (držanje novca, transport), sigurnost i td. Njegova upotreba je moguća: (1) na veliko: *swift, fedwire, chips* i (2) na malo: kartice (najpoznatije su *visa-, master-* i *smartCard*) i elektronski čekovi.
- **Na osnovu iznijetog, zaključujemo da se osnovne faze u razvoju novca vežu za postojanje:**
- • **nemonetarne ekonomije** u kojoj se razmjena roba vrši po principu trampe robe za robu, ili robe koja kao materijalna vrijednost služi za iskazivanje općeg ekvivalenta za koju se razmjenjuju ostale robe, i
- • **monetarne ekonomije** u kojoj se razmjena vrši po osnovu opće usvojenog robnog standarda (papirnog novca) koji nema unutrašnju materijalnu vrijednost a u razmjeni služi po osnovu novčanog znaka.

- Iz ove podjele potiču i dvije vrste novca: **robni i fiducijarni**, pri čemu robni novac funkcionira kao punovrijedni novac, a **fiducijarni novac** (lat. *fiducia* – vjerovanje, povjerenje) ili fiat novac (**Fiat money**) funkcionira bez unutrašnje vrijednosti ali koji je država odredila (naredbom) da bude zakonsko sredstvo plaćanja te po osnovu toga, vjerovanja javnosti da će ga moći zamjeniti za bilo koju drugu robu.
- Fiducijarni novac, dakle, ima dvije osobine: **prihvatljivost** (iskustveno uvjerenje da naznačenim iznosom na novčanici uvijek možemo kupiti određenu količinu roba i usluga) i **predvidljivost vrijednosti** (možemo predvidjeti kupovnu moć novčane jedinice, odnosno prihvatamo ga čak i ako znamo da će ona smanjiti, «jer nam anticipiranje buduće kupovne moći novca omogućava spoznaju oportunitetnog troška njegovog posjedovanja i, u skladu s tim, usklađivanje portfolia ukupne imovine.»
- **U praksi se koriste i supstituti novca u obliku mjenica, čekova, državnih obveznica i drugih vrijednosnih papira. Supstituti novca obavljaju prometnu i platežnu funkciju novca.**

FUNKCIJE NOVCA

- Opšta prihvatljivost novca proizašla je iz njegove četiri funkcije u savremenoj ekonomiji.
- Prva funkcija novca je **univerzalno sredstvo razmjene** (ili prometno sredstvo), što proizilazi iz osobine univerzalne i jednostavne razmjenjivosti novca za sve druge robe. Novčana razmjena pospješuje podjelu rada i specijalizacije, jer proizvođačima uz minimalne informacije obezbjeđuje jednostavne i brze razmjene sa drugim proizvođačima.
- Druga funkcija novca je **sredstvo očuvanja vrijednosti**, jer novac držanjem i vremenom ne smije gubiti nominalnu vrijednost (zanemarujemo moguće efekte inflacije). Druge robe kao opći ekvivalenti (krzno, stoka, žito...) vremenom gube vrijednosti ili se upotrebom habaju (npr. zlato).
- U trećoj funkciji kao **obračunska jedinica** i mjera vrijednosti novac iskazuje vrijednost svih drugih roba i vrši njihovo upoređivanje, odn. njihov međusobni obračun. Novac, dakle, s jedne strane, upoređuje relativne vrijednosti roba i usluga, a s druge, omogućava obračun i upoređivanje ekonomskih transakcija (prihoda i rashoda preduzeća, poreza, nacionalnog dohotka, raznih oblika imovine i td.).
- Novac funkcionira i kao **sredstvo odgođenih plaćanja**, što je četvrta funkcija novca u kojoj se povezuju funkcije novca kao univerzalno sredstva razmjene i obračunske jedinice.

ODREĐIVANJE VRIJEDNOSTI NOVCA I INFLACIJE

- Do vrijednosti novca dolazi se na dva načina: **(1) sistemom vezane vrijednosti i (2) sistemom slobodne vrijednosti.**

(1) U sistemu vezane vrijednosti količina emisije novca odgovara odgovarajućoj količini zlata, kao vrijednog i oskudnog dobra. Novac u ovom slučaju ima pokriće u zlatu, tako što država propisuje kurs u odnosu na zlato, odnosno količinu zlata (u gramima) koju predstavlja novčana jedinica. Ovaj sistem određivanja vrijednosti novca funkcionirao je od 1800. godine, kada se pojavio u Americi, pa sve do prve polovine XX stoljeća. Razlog prestanka «zlatnog važenja» novca je u tome što proizvodnja roba raste brže od proizvodnje zlata (rudnici zlata su ograničeni). Tada količina (broj) novčanica zaostaje za količinom novoprodučenih roba pa nedovoljna količina zlata vodi padu cijena roba i usluga. Ovakvi uslovi vode privredu u *recesiju* i *krizu*, jer pad cijena produkuje gubitke i destimuliše investicionu aktivnost.

(2) Predhodni nedostatak određivanja vrijednosti novca (problem likvidnosti) ispravlja se sistemom slobodne vrijednosti. U ovom slučaju novac nema zlatno pokriće, već ga država proglašava sredstvom prometa i plaćanja. Vrijednost novca se tada određuje robama koje mu stoje nasuprot. Veća količina robe na tržištu povećava broj i vrijednost tržišnih transakcija, pa je potrebna i veća količina novca.

APRECIJACIJA I DEPRECIJACIJA

- **Nominalna vrijednost** novca je izražena (otisnuta) na novčanicama, a **realna** u količini roba i usluga koje se mogu kupiti za nominalnu količinu novca. **Razlika realne i nominalne vrijednosti novca proizilazi iz (ne)stabilnosti ekonomskog sistema, zbog čega, između njih, može doći do odstupanja.**
- Ako realna vrijednost novca raste (za istu nominalnu vrijednost kupujemo više roba i usluga) nastupa **aprecijacija** novca, a ako novac gubi vrijednost (za istu nominalnu vrijednost kupujemo manje roba i usluga), što je znatno češća pojava, imamo **deprecijaciju** novca.
- Od novčanog opticaja znatno ovisi dinamika ekonomske aktivnosti i kretanje cijena i dohodaka. **Do ukupne mase (količina) novca u prometu dolazi se na slijedeći način:**

<p>Iz ovog izraza proizilazi: $M \times V = P \times Q$, odnosno:</p> $V = \frac{P \times Q}{M}$ $M = \frac{P \times Q}{V}$	<p>pri čemu je:</p> <p>V = (godišnja) brzina opticaja nova</p> <p>P = prosječni nivo cijena Q = realni nacionalni proizvod M = količina novca u opticaju</p>
--	--

INFLACIJA

- **Inflacija** se obično shvata kao opći rast cijena, ili rast općeg nivoa cijena. Riječ **inflacija** je latinskog porijekla i izvorno znači **naduhavati (*innflare*), nadimanje (*inflatio*), a ekonomski, ona predstavlja «naduhavanje» cijena i novčanih dohodaka, troškova proizvodnje i drugih novčanih iznosa, tj. poremećaj u robno-novčanim odnosima kada količina novca u opticaju znatno prekorači veličinu robnih fondova, što dovodi do porasta cijena i pada vrijednosti novca (smanjenja njegove kupovne moći). Inflacija se može posmatrati i kao oblik *depresijacije novca*.**
- **Npr. rast cijena za 30 % znači da su robe, čija je prosječna cijena za taj period iznosila 100 € u toku ovog perioda poskupjele na 130 € (indeks cijena na malo je 130). Dakle, nominalna vrijednost novčanice od 100 € je realno izgubila na supstanci, pa se sada za 100 € može kupiti kupiti znatno manje roba nego prije poskupljenja.**
- Kao oznaka za **«skok cijena» riječ inflacija** je prvi put upotrebljena u Americi, u vrijeme građanskog rata 1861.-1865. godine, kada je došlo do povećavanja novčane mase u opticaju i nove emisije papirnog novca. Sve do Prvog svjetskog rata, do velikih porasta cijena je dolazilo u vrijeme ratova i neposredno poslije njih (npr. u vrijeme francuske revolucije, Napoleonovih ratova i sl.)

Uzroci inflacije:

- **Inflacija tražnje**
- **Inflacija troškova**
- **Strukturna inflacija**
- ***Deflacija*** je suprotna pojava od inflacije, u kojoj dolazi do smanjivanja količine novca u opticaju, praćenog opštim padom cijena i povećavanjem kupovne snage novca.
- Uz inflacije se pojavljuje i fenomen ***stagflacije***, pod kojom se podrazumjeva istovremeno pojavljivanje visoke inflacije i visoke stope nezaposlenosti.

Postoji više vrsta inflacije od kojih navodimo sljedeće:

a) Prema osnovnom mehanizmu nastajanja inflacija može biti: *apsolutna* (prouzrokovana povećavanjem količine novca u opticaju iznad rasta količina roba i usluga) i *relativna* (nastala zbog povećavanja brzine optičaja novca).

b) Prema intenzitetu inflacija može biti: ***puzajuća (do 4 % godišnje), galopirajuća (do 50 ili 100 % godišnje) i hiperinflacija (iznad 100 % godišnje koja može toliko da «podivlja» da dostigne 1000 %, pa i više,*** u nekim slučajevima iznosi milione procenata godišnje ili čak mjesečno). Najpoznatije hiperinflacije u historiji nastale su tokom i nakon Prvog svjetskog rata: npr. u Njemačkoj 1923. godine cijene su toliko porasle da je za kupovinu običnih namirnica bila potrebna vreća novčanica.

c) Prema *dužini trajanja* inflacija može biti: *sekularna, jednokratna, hronična*.

d) Prema *dejstvu inflacija* može biti *aktivna i neaktivna odnosno slobodna i prigušena* (kontrolisana).

Kao uzroci inflacije postoje:

(a) ***Inflacija tražnje*** (dolazi usljed prevelike efektivne tražnje u odnosu na ponudu, pri čemu je rast tražnje uzrokovan prekomjernim rastom novčane mase ili rastom lične i investicione potrošnje),

(b) ***Inflacija troškova*** (dolazi usljed povećavanja troškova proizvodnje, odnosno cijene inputa, npr. cijene energenata),

(c) ***strukturna inflacija***, *uvezena inflacija*, tzv. *psihološka inflacija*, a govori se i o *političkoj inflaciji*.

UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE - X

MJERENJE UKUPNE EKONOMSKE MOĆI

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

Mjerenje ukupne ekonomske moći

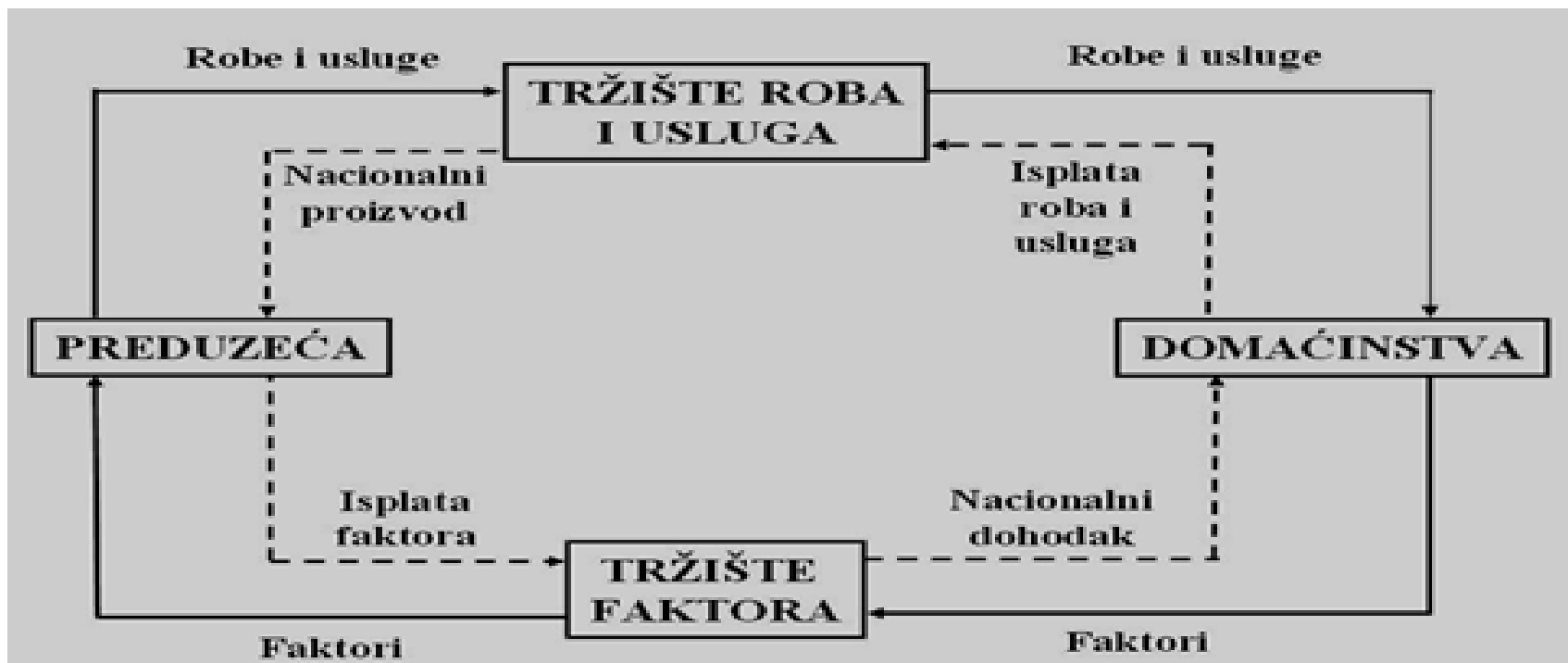
- Društveno bogatstvo čine:
 - Prirodna bogatstva
 - Proizvodna dobra
- **Prirodna bogatstva** (prirodni uslovi i raspoloživi prirodni izvori)
- **Proizvodna dobra** (proizvedeno društveno bogatstvo) su izraz kumuliranih investicija u dužem vremenskom intervalu, u čijem je stvaranju učestvovalo više naraštaja.

KRUŽNI TOK DOBARA I DOHODAKA

- U tržišnoj privredi svaki *input* ili faktor proizvodnje (prirodni resursi, rad, kapital, poduzetništvo) ima svoju cijenu upotrebe, što direktno utiče na cijenu proizvedene robe/usluge (*output*), bilo da se oni troše ili koriste za daljnju upotrebu. Na ovaj način dolazimo do povezivanja tržišta finalnih dobara, tj. roba/usluga – *outputa* i tržišta *inputa* – faktora proizvodnje. Ova dva tržišta čine **integralni tržišni mehanizam** u kome i tržište *inputa*, tj. faktora proizvodnje i tržište *outputa*, tj. roba/usluga funkcioniraju na isti način.
- Na **tržištu finalnih dobara** (*tržište roba/usluga*) domaćinstva kupuju robe/usluge, koje preduzeće proizvode. Na strani tražnje su, dakle, domaćinstva a na strani ponude preduzeća. Da bi se uopšte proizvodila dobra/usluge preduzeća moraju kupovati *inpute* – faktore proizvodnje od domaćinstava. Izdaci domaćinstava za kupovinu robe/usluga su prihodi preduzeća, a izdaci preduzeća za kupovinu faktora proizvodnje su dohoci od faktora proizvodnje, i ti dohoci idu domaćinstvima. Proizvodnja zahtjeva angažovanje faktora proizvodnje, te proizvođači potražuju faktore na odgovarajućim tržištima faktora. Na tržištu faktora, domaćinstva prodaju faktore proizvodnje (prirodne resurse, rad i kapital), a kupci su preduzeća. Preduzeća plaćaju prirodne resurse, rad i kapital domaćinstvima kao rente, nadnice i kamate.

- Ciklični tok tražnje, proizvodnje, dohodka i, ponovo, tražnje predstavlja **kružni tok dohotka i proizvodnje** u ekonomskom sistemu. Kružni tok dohotka i proizvodnje iskazuje tok roba i usluga od preduzeća prema domaćinstvima i tok faktora od domaćinstava prema preduzećima.
- Zbir svih vrijednosti proizvedenih roba i usluga, koji je jednak toku novca od tržišta roba prema preduzećima, čini **društveni (nacionalni) proizvod** i, ujedno, predstavlja protutežu toku roba/usluga od preduzeća prema tržištu robe.
- Zbir vrijednosti renta, nadnica, kamata i dobiti čini **nacionalni dohodak**, koji je jednak toku novca od tržišta faktora prema domaćinstvima, kao protuteža toku faktora od tržišta faktora prema preduzećima.
 - **društveni proizvod = nacionalni dohodak**

Dvosektorski model ekonomije



UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE – XI

EKONOMSKI RAZVOJ I GLOBALIZACIJA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

Ekonomski razvoj i globalizacija

- Ekonomski rast je dugoročno povećanje proizvodnje odnosno realnog bruto društvenog proizvoda – GNP, što je ekonomski i politički cilj svake zemlje, a izražava se pomoću stope rasta nacionalnog dohotka – GDP per capita.
- U dugom roku 5-10 godina ekonomski rast pokazuje napredak ili nazadak nacionalne ekonomije, odnosno blagostanje u toj zemlji.
- Ekonomska kriza, ekonomska recesija i ekonomski rast imaju zajednički pokazatelj izražen u GNP ili GDP

Bruto domaći proizvod BDP(GDP)

- **Bruto domaći proizvod** (*Gross Domestic Product – GDP*) je osnovni makroekonomski pokazatelj jer predstavlja najsveobuhvatniju mjeru ukupne proizvodnje dobara i usluga ostvarenih u jednoj zemlji, u toku određenog perioda (najčešće godinu dana).
- **Mjerenje GDP** je izuzetno važno za ekonomsku teoriju i ekonomsku politiku: omogućava da izrazimo ekonomski rast, konjunkturalne cikluse, nezaposlenost, inflaciju i sl. „Prije nego što je otkriven pojam GDP, bilo je teško ocjeniti stanje privrede. GDP.... je jedno od zaista velikih otkrića XX stoljeća.
- Postoje dva načina mjerenja (metoda) i obračuna GDP-a:
- GDP kao suma finalnih prodaja proizvoda i usluga (*metod izdataka*)
- GDP kao suma faktorskih dohodaka (*metod prihoda*)

Izračun GDP-a

$$GDP = C + I + G + NX$$

pri čemu su:

C (consumption) = lična potrošnja pojedinaca i domaćinstava,

I (investment) = potrošnja preduzeća, tj. domaće investicije,

G (government spending) = potrošnja države, tj. državni rashodi,

NX (net export) = neto izvoz, tj. vrijednost izvoza umanjenog za vrijednost uvoza
(potrošnja stranaca).

GDP kao suma faktorskih dohodaka

- **(2) GDP kao suma faktorskih dohodaka** se dobija sabiranjem;
- nadnica ($W = \text{wage}$),
- kamata ($i = \text{interest}$),
- renti ($R = \text{rent}$),
- profita ($Pf = \text{profit}$),
- amortizacije ($Dp = \text{depreciation}$) i
- posrednih poreza ($T = \text{taxes}$), tj. kao:

$$\mathbf{GDP = W + i + R + Pf + Dp + T}$$

Primjer obračuna realnog GDP-a

- *Pretpostavimo da nominalni GDP u 2008. godini iznosi 20 milijardi KM, a da je inflacija u toku godine iznosila 9 %. Realni GDP bismo dobili na sljedeći način:*
- *Deflator za baznu godinu uvijek iznos 100 (kod nas je to 2007. godina).*

Rješenje:

- ***U 2008. godini deflator iznosi = $109:100 = 1,09$***
Nominalni GDP : Deflator GDP = Realni GDP
20 milijardi KM : 1,09 = 18,34 milijarde KM

- U obračunu GDP-a se isključuju *intermedijarna dobra* i *međufazne prodaje* kako bi se spriječio „dvostruki obračun GDP-a“.
- ***Intermedijarna dobra*** su dobra koja se upotrebljavaju u izradi nekog dobra u cijelom lancu njegove proizvodnje, a čijim sabiranjem bi se vještački povećao GDP. Npr. u izradi namještaja kao finalnog proizvoda koristi se drvo, ali, ako bismo sabirali vrijednost drveta u obliku rezane građe, lesanit-ploča pa sve do gotovog namještaja, mi bismo jednu te istu vrijednost (vrijednost drveta) sabirali nekoliko puta.
- ***Međufazne prodaje*** su one koje kupuju kupci koji nisu krajnji korisnici nego su to dalji preprodaci – dileri. Npr. ako automobil kupuje diler koji će ga (pre)prodati, tada bi isti automobil dva puta obračunavali u sumi prodaja koje formiraju GDP. Otuda se iz obračuna GDP mora isključiti prodaja koju po drugi put obavlja diler.

Nominalni i realni GDP

- **Nominalni GDP** je mjereno tekućim ili tržišnim cijenama te godine, i obično je uvećano za visinu rasta cijena (inflaciju) u toj godini.
- **Realni GDP** dobijamo tako što nominalni GDP podijelimo indeksom cijena (**GDP deflator**).

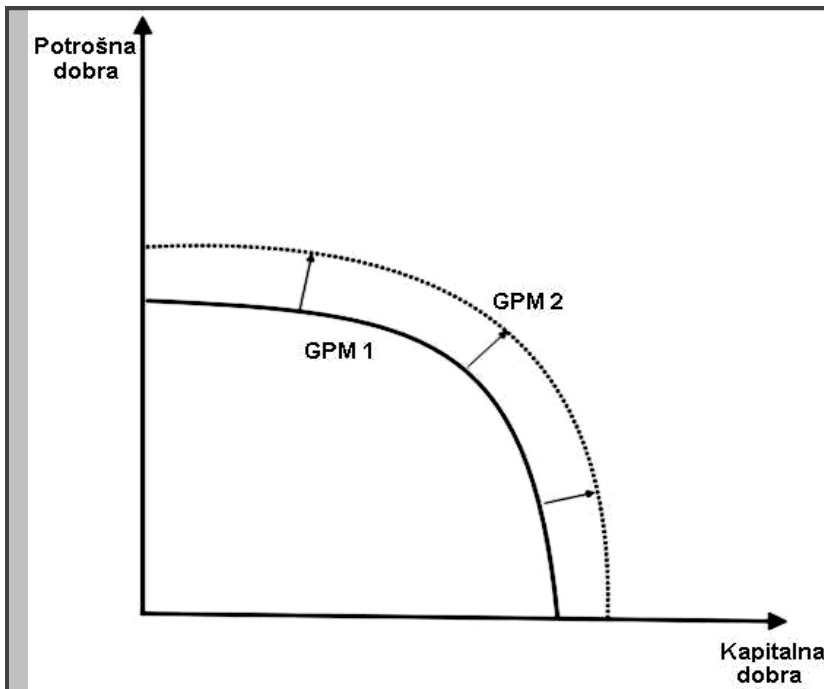
BRUTO NACIONALNI PROIZVOD (GNP)

- Vidjeli smo da GDP označavamo kao sumu potrošnje finalnih proizvoda ili sumu faktorskih dohodaka, proizvedenih unutar jedne zemlje u toku godine dana i u njega ne ulaze vrijednosti dobara i usluga proizvedenih domaćim kapitalom u inostranstvu.
- Inostrani faktor uključen je u veličinu **bruto nacionalnog proizvoda** (*Gross National Product* - GNP-a). Dakle, GNP se dobija dodavanjem GDP-u – prihoda od ulaganja u inostranstvu i oduzimanjem plaćanja strancima za njihova ulaganja.
 - U GNP ulazi dohodak zarađen u inostranstvu, koji su rezidenti vratili u matičnu zemlju. Razlika između GNP i GDP naziva se **neto inostrano faktorsko plaćanje** (*Net factor payment from abroad* - NFP), odnosno:
GDP = GNP – NFP.
- **Primjeri GNP-a**
- **Japanski GNP je veći od GDP zahvaljujući postojanju obimne „druge“ japanske ekonomije nastale obilnim ulaganjima japanskog kapitala u inostranstvu, a skromnosti stranih ulaganja u Japanu.**
- **Plaća Bosanca koji živi u BiH a radi u Austriji, obračunava se kao austrijski GDP i bosanskohercegovački GNP.**

FAKTORI EKONOMSKOG RASTA I RAZVOJA

- Produktivnost (odnosno ekonomski rast i razvoj) je određena sa četiri faktora, koje čine: ljudski kapital, prirodna bogatstva, fizički kapital i tehnologije
- (1) **Ljudski kapital** «je ekonomski izraz za znanje i vještine koje radnici stiču kroz obrazovanje (spretnost, znanje i motivacija radne snage); obično se uzima za najvažniji faktor ekonomskog rasta.
- (2) **Prirodna bogatstva** (zemlja i uopće svi prirodni izvori) su nekada bila prvi preduslov ekonomskog napretka. Danas prirodna bogatstva ne određuju je li neka zemlja uspješna ili ne: primjer su zemlje poput Japana i Hong Konga, koje su napredovale i pored toga što nemaju prirodna bogatstva, svoj brzi rast su bazirale na sektorima koji više ovise o radu i kapitalu. Zemlje bogate naftom (kao S. Arabija, koja na osnovu toga ostvaruje visoke dohotke) su, pri tome, izuzetak a ne pravilo.
- (3) **Fizički kapital** (ili samo: *kapital*) je izražen u obliku kapitalnih dobara (oprema, mašine, zgrade, infrastruktura i sl.) i investicija za izgradnju kapitalnih dobara. Raspolaganje sa više kapitalnih dobara obezbjeđuje bržu i obilniju proizvodnju dobara i usluga.
- (4) **Tehnologija** (tehničko-tehnološki progres, inovacije)

Grafički prikaz ekonomskog rasta



Ekonomski rast kao pomak GPM udesno

Ekonomski rast se grafički predstavlja pomakom udesno granice proizvodnih mogućnosti, što je na grafikonu prikazano kao pomak krivulje od GPM1 do GPM2.

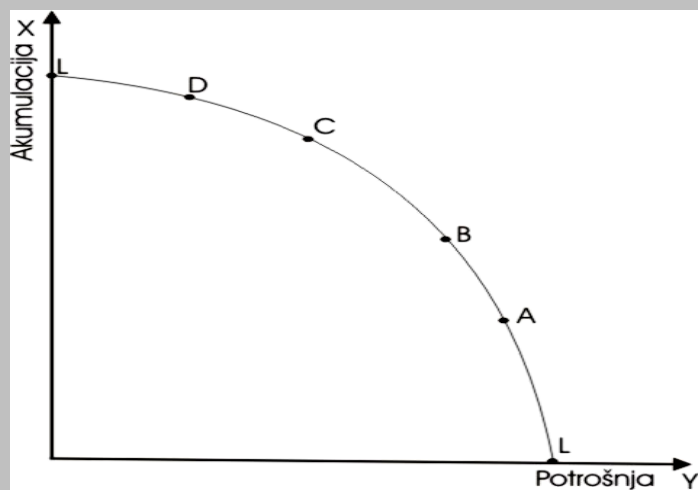
Stope ekonomskog rasta izabranih zemalja realni GDP U USD

Zemlja	Period	GDP p.c (napočetku perioda)	GDP p.c (na kraju perioda)	Stopa rasta (godišnja, u %)
Japan	1890-2000	1.256	26.460	2,8
Brazil	1900-2000	650	7.320	2,5
Meksiko	1900-2000	968	8.810	2,2
Kanada	1870-2000	1.984	27.330	2,0
Njemačka	1870-2000	1.825	25.010	2,0
Kina	1900-2000	598	3.940	1,9
USA	1870-2000	3.347	34.260	1,8
Indija	1900-2000	564	3.390	1,5
V. Britanija	1870-2000	4.107	23.550	1,4
Pakistan	1900-2000	616	1.950	1,2

FAKTORI EKONOMSKOG RASTA I RAZVOJA

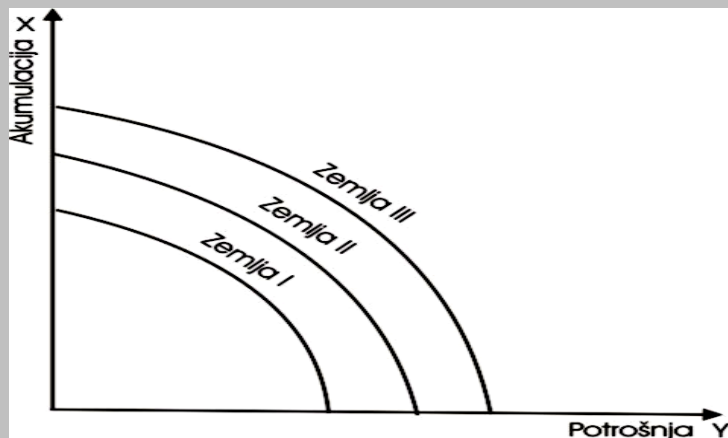
- Vidimo da zemlja A koja je imala relativno malu akumulaciju, nije u zadovoljavajućoj mjeri pomjerila KPM na viši nivo, dok je sasvim suprotno kod zemalja II i III koje su vodile politiku akumulacijski orijentirane strategije razvoja. Ove zemlje su, zahvaljujući toj činjenici, bile u prilici da nakon određenog vremenskog intervala značajno povećaju i obim akumulacije i nivo potrošnje u odnosu na zemlju I.
- Tri zemlje (I, II, III) imaju u početku jednaku KPM, ali i različit nivo akumulacije. Tačka A predstavlja obim akumulacije zemlje I, B obim akumulacije zemlje II i C zemlje III. Dakle, ove zemlje karakteriše identična KPM i potpuno različita preferencija prema akumulaciji. Kao posljedica različitih preferencija u nivou akumulacije i potrošnje u sadašnjosti doći će do različitog pomjeranja KPM tri zemlje u budućnosti.

FAKTORI EKONOMSKOG RASTA I RAZVOJA



U tački A je najniži od svih zemalja obim akumulacije (zemlja I), a u tački C najviši nivo akumulacije (zemlja III).

Efektom akumulacije, tj. izgradnjom novih proizvodnih kapaciteta zemlje svoje funkcionisanje mogu pomjeriti na viši nivo KPM, što će promijeniti i nivo njihove potrošnje.



Zemlja I, koja je u ranijim periodu preferirala potrošnju na račun akumulacije, nakon određenog vremena uspeva da pomjeri KPM u daleko manjem stepenu nego što je to slučaj sa ekonomijama II i III, koje su, suprotno njima, u predhodnom periodu daleko prioritet akumulaciji.

Razlike između rasta i razvoja:

- **rast** označava **kvantitativnu dimenziju** ekonomije (ukupan i per capita GDP, zaposlenost, platni i trgovinski bilans, strane investicije i dr.)
- **razvoj** označava **kvalitativnu dimenziju** ekonomije (promjene u ekonomiji, tehnologiji i društvu).
- **Održivi razvoj** se definira kao onaj razvoj u kome svaka generacija slijedećoj predaje stok „neto resursa“ (tj. prirodni resursi, okoliš, znanje, tehnologije, fizički i ljudski kapital) koji u *per capita* terminima nije manji od onoga koji je naslijedila.

Faktori ekonomskog rasta (izvori)

- akumulacija kapitala – investicije u proizvodne kapacitete
- raspoloživost prirodnih resursa
- obrazovanost radne snage
- tehnološki razvoj
- poduzetništvo
- razvijenost institucija

Prednosti međunarodne trgovine

- **otvorena privreda** je ona koja slobodno uspostavlja odnose sa drugim ekonomijama širom svijeta, dok je suprotna koncepcija –
- **zatvorena privreda** ona koja ne saraduje sa drugim ekonomijama u svijetu.
- **izvoz** predstavlja dobra i usluge koje se proizvode u zemlji, a prodaju drugim zemljama, **uvoz** čine ona dobra i usluge koje se proizvode u inostranstvu, a prodaju u zemlji. Razlika između vrijednosti izvoza i vrijednosti uvoza je **neto izvoz** (ili trgovinski bilans).
- Instrumenti vanjsko-trgovinske politike su; carine i kvote, izvozne olakšice i embargo

INSTRUMENTI VANJSKO-TRGOVINSKE POLITIKE

- Ako zemlje svojom ekonomskom politikom ograničavaju kretanje osnovnih tokova u međunarodnoj ekonomiji na sceni je *zaštitna politika* ili *protekcionizam*. **Protekcionizam** predstavlja takvu ekonomsku doktrinu, odnosno ekonomsku politiku koja ograničavanjem slobode razmjene između zemalja nastoji zaštititi domaću ekonomiju, a provodi se tzv. trgovinskim restrikcijama ili barijerama. Ove barijere imaju različite forme, kao što su: **carine i kvote, izvozne olakšice, embargo, relativne trgovinske restrikcije i sl.**
- Najčešći oblik zaštitne politike je **carina (tarifa)** koja **predstavlja porez (ili taksu) koja se naplaćuje prilikom uvoza dobara**. Carine poskupljuju uvezenu robu (favorizuje se domaća roba). Carine su u nekim slučajevima nužne kako bi se zaštitila domaća proizvodnja «u povojima», ali na dugi rok smanjuju međunarodnu trgovinu i efikasni utjecaj specijalizacije i podjele rada, odnosno životni standard stanovništva.
- **Kvota** predstavlja ograničenje količina ili vrijednosti uvoza dobara (uvozna kvota) ili izvoza roba (izvozne kvote). Efekat kvota je sličan efektu uvođenja carina. Međutim, razlika je u tome što u slučaju uvođenja kvota, veća cijena donosi veće prihode preduzeću, dok u slučaju carina ta razlika ide u državni budžet.
- **Izvozne olakšice** predstavljaju mjere stimulacije izvoza, ali mogu biti i barijere u razmjeni, jer se domaćim preduzećima daju, često velike, subvencije i povlastice, pa oni mogu na svjetskom tržištu prodavati po nižim cijenama, ustvari, po *damping cijenama*. U tom slučaju cijene su niže od cijene koštanja proizvodnje. Prodor na svjetsko tržište i pokušaj dominacije se često izvodi pomoću damping cijena za proizvode elektronike, automobila i čipova.
- **Embargo** je restrikcija izvoza i uvoza za sva dobra. Obično nije povezan s ekonomskim, već međunarodnim političkim razlozima. Primjer je posljednji embargo uveden na uvoz i izvoz Irana.

Ekonomska globalizacija

- **Ekonomska globalizacija** je „proces pretvaranja zasebnih nacionalnih privreda u integriranu svjetsku privredu“, a ispoljava se kao proces rasta međunarodnih tokova roba, usluga kapitala, ljudi i tehnologije.
- Nastupajuća „opća vladavina svjetskog tržišta“, omogućena informatičko –tehnološkim razvojem, imigracijom svjetskih finansijskih tržišta i trgovinskom liberalizacijom, mijenja totalitet ekonomskih, političkih i kulturnih odnosa u svijetu.
- **Ekonomija se transnacionalizira i oblikuje prema interesima globalnih kompanija (fuzionirane multinacionalne kompanije), kao glavnih subjekata procesa globalizacije.**
- **To znači da se čitavo svjetsko tržište tretira kao jedinstveno područje sprovođenja poslovnih aktivnosti.**

Ekonomska globalizacija

- Globalizacija je posljednji stadij u neprestanome procesu društvene promjene. Izraz *globalizacija* počeo se upotrebljavati prije dvije i pol decenije za objašnjenje promjena u privredi, tehnologiji i društvu. Mnogi autori nalaze da globalizacija nije ništa novo i da je posrijedi proces koji nije počeo prije nekoliko stotina, a, po nekima, i prije nekoliko hiljada godina.
- Na globalizaciju svjetske privrede, naročito nposlije 60-ih godina XX stoljeća, utjecalo je niz faktora, i to:
- **(1) Stvaranje međunarodnih finansijskih i trgovinskih institucija 1944.), kao što su GATT, Svjetska banka, Međunarodni monetarni fond, koji su bitno uticali na razvoj svjetske trgovine i finansiranje zemalja u razvoju;**
- **(2) Razvoj svjetske trgovine u cijelom XX stoljeću, naročito poslije 1950-ih.**
- **(3) Stvaranje multinacionalnih korporacija koje su po svojoj ekonomskoj snazi snažnije i bogatije od privreda mnogih zemalja u svijetu;**
- **(4) Razvoj svjetskih tržišta kapitala, naročito tržišta finansijskog kapitala;**
- **(5) Stvaranje regionalnih trgovačkih blokova u svijetu, naročito:**
 - - stvaranje Evropske zajednice 1958. godine i njeno prerastanje u EU,
 - - stvaranje Sjevernoameričke zone slobodne trgovine (NAFTA) 1992.,
 - - stvaranje regionalne trgovinske zajednice srednje Azije i Pacifika (ASEAN) 1990.

Ekonomaska globalizacija

- Globalizacija ima svoje pobornike i kritičare. Po prvima, globalni tržišni poredak će osigurati ekonomski prosperitet, demokraciju i mir u globalnim razmjerama, a u zemljama u razvoju trasirati put izlaza iz siromaštva.
- **Ekonomski rast će se temeljiti na otvorenosti nacionalnih privreda (ekonomska liberalizacija i slobodna trgovina) kao ključnim pokazateljem ekonomske globalizacije.**
- Što zemlja više sudjeluje u procesu globalizacije (mjereno otvorenošću njezine privrede), to je uspješniji njen ekonomski razvoj.
- Za kritičare je globalizacija politički projekt koji se provodi u ime interesa globalnog kapitala. Poznati kritičar globalizma, Uriah Bek označio je globalizam kao „ideologiju svjetskog tržišta ili ideologiju neoliberalizma“, a G. Soroš kao „tržišni fundamentalizam“.
- Kritičari smatraju da je globalizacija upravljena protiv nerazvijenih zemalja jer one nisu u stanju nositi se sa konkurencijom kompanija iz razvijenih zemalja.

Nova ekonomija

- Za razliku od tradiciionalne (ili «stare») ekonomije u kojoj se ekonomski rast izvodi iz faktora – inputa proizvodnje, u novoj ekonomiji se kao osnovni pokazatelj ekonomskog rasta pojavljuje tehnološki progres, odnosno informatičke tehnologije. Informacija postaje glavni resurs privređivanja, povećavajući efikasnost u svim sferama društvenog života. Informatičke tehnologije postaju peti faktor proizvodnje (neki ga smatraju ključnim i kažu: «komunikacija – to je sama ekonomija») uporedo sa radom, kapitalom, prirodnim resursima i preduzetništvom.
- Razvoj informacionih tehnologija i globalno umrežavanje, doveli su i do promjena u svim oblastima poslovanja. Npr. **Internet pomaže pronalaženju najpovoljnijih cijena robe ili usluga, smanjenju transakcionih troškova; onlajn trgovina omogućava uštedu na administrativnim troškovima i sl.** Promjene su neminovno zahvatile i bankarski sektor poslovanja, što je rezultiralo razvojem raznih oblika elektronskog bankarstva i dovelo do kreiranja novog pojma tzv. **elektronskog novca**. Nova ekonomija se često označava kao „informatička ekonomija“, „digitalna ekonomija“, „elektronska ekonomija“, „ekonomija znanja“, „postindustrijska ekonomija“, „ekonomija nove paradigme“ itd.

RAZLIKA „STARE“ I „NOVE“ EKONOMIJE

O K O L I N A		
	<i>„Stara ekonomija“</i>	<i>„Nova ekonomija“</i>
Tržišna dinamika	Niska	Visoka
Nivo konkurencije	Nacionalna konkurencija	Globalna konkurencija
Izvori konkurentske prednosti	Niski troškovi, diferencijacija fokusiranja	Inovacije, kvalitet i brzina isporuke „totalne usluge“
Ključni pokretači rasta	Jeftina radna snaga i kapital (proizvodni činiooci)	Znanje, ideje, inovacije, tehnološka infrastruktura
Ključni tehnološki trendovi	Mehanizacija i automatizacija	Digitalna komunikacija i virtualizacija
P R E D U Z E Ć E		
Preovlađujući oblik organizacije	Hijerarhijska, birokratska	Preduzetnička, umrežena
Organizacija proizvodnje	Masovna proizvodnja	Fleksibilna proizvodnja, prilagođena specifičnim zahtjevima kupaca
Značaj ustraživanja i upravljanja znanjem	Nizak do srednji	Jedan od ključnih izvora konkurentske sposobnosti
Odnosi s drugim preduzećem	Konkurencija	Saradnja kroz strateška partnerstva

**UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET**

DODATAK

**RAZVOJ EKONOMSKE MISLI I
EKONOMSKE ŠKOLE**

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

RAZVOJ EKONOMSKE MISLI I EKONOMSKE ŠKOLE

- 1. EKONOMSKA MISAO STAROG VIJEKA
- 2. EKONOMSKA MISAO SREDNJEG VIJEKA
- 3. PRVE EKONOMSKE ŠKOLE
 - 3.1. MERKANTILIZAM
 - 3.2. FIZIOKRITIZAM
- 4. KLASIČNA EKONOMSKA MISAO (ŠKOLA)
- 5. NEOKLASIČNA EKONOMIJA
- 6. SOCIJALISTIČKA EKONOMSKA MISAO
- 7. KEJNZIJANIZAM
- 8. MONETARIZAM
- 9. EKONOMIJA PONUDE
- 10. TEORIJA RACIONALNIH OČEKIVANJA

HVALA NA PAŽNJI 😊

