

I УВОД У ЕКОНОМИЈУ

1. Економија као наука

Реч економија потиче од грчке речи *oikonomia* која значи „онај који управља домаћинством“. На први поглед њено порекло може изгледати необично, али, уствари, домаћинства и економија имају много тога заједничког. Једно домаћинство мора да донесе многе одлуке: ко ће обављати одређене задатке и шта заузврат добија? Ко кува ручак? Ко пере веш? Ко добија колач више после ручка? Ко бира шта ће се гледати на ТВ-у? Укратко, домаћинство мора да алоцира (распоређи) своје оскудне ресурсе на своје чланове, узимајући у обзир способности, труд и жеље сваког члана. Попут домаћинства и друштво мора да донесе многобројне одлуке. Потребни су му људи који ће производити храну, који ће правити одећу, који ће креирати компјутерски софтвер,... Кад друштво једном алоцира (распоређи) своје ресурсе на различите послове мора да алоцира и аутпут добара и услуга које ти људи производе (мора да одлучи ко ће јести кавијар, а ко кромпир, ко ће возити Ферари, а ко ће се возити градским превозом...).

Управљање ресурсима друштва је важно, јер су ресурси ретки. Реткост значи да друштво има ограничене ресурсе и да није у стању да произведе сва добра и услуге које људи желе да имају. Баш као што ни домаћинство није у стању да сваком свом члану да све што он пожели, тако ни друштво не може сваком појединцу пружити највиши животни стандард коме он тежи.

Економија као наука најнепосредније је повезана са економским процесом, који обављају људи настојећи да обезбеде одређене услове за своју егзистенцију. У сложенем систему привређивања, као што је високо развијена тржишна привреда, **ни на једно питање економског процеса не може се поуздано одговорити без коришћења научних сазнања.** Три основна проблема организације друштвене производње, које објашњавају основни смисао изучавања економије могу се анализирати постављањем следећих питања:

- 1.) Шта се производи?
- 2.) Како се производи?
- 3.) За кога се производи?

Економска наука најпре треба да пружи одговор на питање – **шта је неопходно производити и у ком обиму.** Овим питањем се баве многе економске, технолошке и друге науке. Реч је о читавом низу проблема, односа између производње и потрошње, о обиму и структури потреба и начина њиховог задовољавања у условима тржишне привреде. Јер, целисходност одређеног облика и обима производње потврђује се тек „иза леђа произвођача“, на тржишту, на којем се сукобљавају интереси произвођача и потрошача. И једни и други имају одређене економске интересе, захтеве и одређене стандарде, који долазе до изражаја на тржишту, па наука треба да одгонетне који је то асортиман и обим

производње који је неопходно обезбедити уз најрационалнији распоред расположивих ресурса, који ће, с једне стране, бити адекватно тржишно верификован, а са друге стране, омогућити што потпуније задовољавање људских потреба

Друго битно питање економске науке је – **како производити**, другим речима, како што рационалније комбиновати расположиве факторе производње, како би се обезбедио одговарајући обим производње. У принципу, увек је најприхватљивији одговор да се производња одвија уз примену савремене технике и технологије. Међутим, да ли је то могуће остварити, посматрано не само са становишта обима и структуре расположивих ресурса, већ и са становишта економског калкулисања, висине трошкова производње, степена продуктивности рада и степена пословног успеха. Другим речима, поставља се проблем: која је од алтернативних технологија и алтернативних облика енергије и материјала за производњу најприхватљивија. У одговору на ово питање неопходно је сагледати у ком облику производне сарадње привредних субјеката је могуће остварити оптималну комбинацију фактора производње, као и колико је средстава неопходно уложити у истраживање и развој, како би се заиста и обезбедила производња која задовољава највише технолошке стандарде. На сва та питања треба да одговори економска наука у сарадњи са техничким, технолошким и организационим наукама.

Једно од најзначајнијих питања којима се у изучавању бави економија је – **за кога се производи**. У одговору на ово питање потребно је истражити законе и механизме расподеле друштвеног производа и националног дохотка на поједине делатности, као и на поједине привредне субјекте, слојеве становништва и појединце. Тај одговор садржи и питање о економској мотивацији као основној покретачкој полузи пословања, као и о економском положају власника средстава за производњу, менаџера, предузетника и власника радне способности (радне снаге). Такође је потребно показати да ли доходи власника појединих фактора производње произилазе из продуктивности тих фактора или из облика својине, као основног производног односа над тим факторима. Саставни део ове проблематике је и питање степена запослености производних капацитета, посебно проблем становништва, незапослености и инфлације.

Захваљујући научној спознаји питања којима се економија бави, људима се омогућава да рационално и ефикасно користе ограничене производне ресурсе, који се могу употребити на различите начине и да производе и да расподељују материјална добра на начине које при датим околностима (техничко-технолошки и друштвени степен развијености) омогућује најпотпуније задовољавање њихових потреба.

У анализи која следи одговориће се на питање шта је предмет изучавања економије, дефинишући само неке области које проучава економија:

- Економија проучава кретања у целој привреди, трендове кретања цена, производње, незапослености, девизног курса и спољне трговине;
- Економија је знање избора. Она проучава како људи врше избор роба и услуга на бази ограниченог дохотка, односно како одабирају оскудне и ограничене производне ресурсе да би произвели различите робе и извршили расподелу, односно потрошњу, за разне потребе, укључујући и извоз;
- Економија је наука о банкарству, тржишту новца и капитала, финансирању привредног развоја итд.;

- Економија проучава трговину између држава. Она помаже да се објасни зашто држава нека добра извози, а друга добра увози;

- Економија је вештина привређивања, односно способност прибављања неопходних добара за живот;

- Економија омогућава сагледавање свих услова како треба остварити „максималне резултате уз минимална улагања“ материјалних, капиталних и кадровских потенцијала, односно како да се расположивом количином ресурса оствари што већи позитивни економски резултат у различитим економским структурама;

- Економија анализира тржиште роба и услуга, финансијска тржишта, тржишта инпута производње, односно њихову улогу и значај у развоју националне и глобалне економије;

- Економија проучава и анализира тржиште рада, штедњу, акумулацију, инвестиције, агрегатну понуду и тражњу, технолошки напредак и економски раст са становишта просперитета и развоја националне и светске привреде.

Уколико сажмемо све претходне дефиниције долазимо до заједничке мисли: Економија је научна дисциплина која проучава основна правила понашања и економске законитости у функционисању предузећа, националне и глобалне економије. У свакој епохи развоја економија проучава економске активности, како друштво користи оскудне ресурсе ради производње и расподеле добара и услуга међу члановима друштва.

На основу претходне анализе закључујемо: Економија проучава многе области и проблеме, развијајући теорије људског понашања у доношењу кључних одлука у коришћењу ограничених ресурса ради производње и расподеле вредних материјалних добара и услуга међу људима.

2. Предмет изучавања економије

Економија као наука се оформила тек у капитализму. У капиталистичком друштвено-економском систему развија се и продубљује друштвена подела рада и повећава се сложеност веза и односа између појединих субјеката, као робних произвођача, а самим тим све снажније долази до изражаја одступање појавне манифестације економских процеса и појава од суштине тих појава. Отуда долази до потребе да се за разоткривање тих сложених појава и процеса мора употребити посебан систем знања и користити посебан научни метод. Познато је да без потребе изражавања закона не би постојала наука. Економски закони су унутрашње скривене везе и односи међусобне зависности појава и процеса, који регулишу привредни живот људи.

Данас, у савременој економској теорији, доминира схватање економских закона као одређених правилности развоја друштва које регулишу употребу ограничених производних ресурса у циљу да се произведу неопходне робе и да на одређени начин буду расподељене између различитих група људи. Економски закони, до којих се у економској науци долази, за разлику од закона природних наука, нису егзактне релације, већ су као научне истине, које се представљају у виду просека око којег осцилирају појединачни случајеви понашања. Дакле, економски закони су закони вероватноће, који важе само у просеку, уз постојање знатне дисперзије изузетка око тог просека. Имајући у виду карактер и суштину економских закона у економској литератури се појављују следеће три врсте:

техничко-билансни закони, закони понашања људи и закони испреплетаности људских активности. Прва група економских закона тиче се техничких и материјално-вредносних структурних односа процеса друштвене репродукције. Друга група закона регулише појаве и односе људи у производњи и расподели, који пресудно делују на формирање мотивационих снага за обављање људске делатности. Најзад, трећа група закона су закони испреплетаности људских активности у условима робне производње, који, зато што су сасвим независни од воље људи, чине да људи не остварују оно и онако како су желели, већ оно што им се објективно намеће.

Економија као наука бави се разоткривањем, анализом и продубљивањем сазнања о економским законитостима и појавама у производњи, расподели, размени и потрошњи. Анализа се врши на макро и микро нивоу, где је важно истаћи корисну и нормативну економију, те отуда и потреба разграничења **микроекономије и макроекономије**, с једне и **позитивне и нормативне економије** са друге стране.

Микроекономија потиче од грчких речи *mikros* (мали) и *oikonomia* и бави се изучавањем појединих економских појава, величина и односа везаних за појединце и предузећа. Према томе, **микроекономија проучава привредне субјекте** (домаћинства и предузећа) **са становишта трошкова производње, формирања и распореда профита и штедње, формирање цена, производње и дистрибуције роба и услуга, појединачна тржишта, индивидуалну штедњу и акумулацију, животни стандард, личну потрошњу итд.** Из овога проистиче да су домаћинства и предузећа основни привредни субјекти у пословању и потрошњи у свим облицима привређивања. Дакле, микроекономија проучава свако тржиште, за сваку робу и пружа шансу за разумевање целокупног репродуктивног циклуса, производње, размене, расподеле и потрошње у целој привреди у датом тренутку времена. Она објашњава како потрошачи доносе одлуке о куповини роба и услуга. Како на њихове изборе утиче промена цена и дохотка? Она нам даје одговор како фирме одлучују колико ће радника запослити и како пак радници одлучују где ће радити и колико ће радити.

Макроекономија потиче од грчких речи *macros* (велики) и *oikonomia* и бави се изучавањем макроекономских односа друштвене репродукције, односно функционисања привреде као целине. У том смислу, **макроекономија проучава појаве, процесе и проблеме као што су: бруто домаћи производ, бруто национални производ, национални доходак, потрошња, штедња, камата, инвестиције, економски раст, спољнотрговинска размена, девизни курсеви, платни биланс, циклична кретања привреде, буџет, IS-LM модел, фискална и монетарна политика, запосленост, агрегатна тражња и понуда, инфлација итд.** Она пружа одговор на питање зашто се поједине националне привреде успешно развијају, а друге стагнирају. Такође је реч о сагледавању стања и перспективе привреде, коришћењем једног значајног поља макро-привредних показатеља и параметара укупне привредне активности, о односима наменске расподеле друштвеног производа на потрошњу, штедњу и инвестиције. У домен макроекономије спада и проблематика агрегатне понуде и тражње, кретање укупне новчане масе и успостављање опште привредне равнотеже, као и теоријске привредно-систематске основе монетарне и фискалне политике друштвене заједнице и њихов утицај на усклађивање макроекономских односа. Поред наведених елемената, предмет ове науке је и проблематика незапослености и инфлације, као и проблематика међународне економије.

Да би се могла јасније сагледати разлика у приступу и предметном садржају микро и макро економије, могу послужити следећи примери:

а. Микроекономија истражује како и зашто картели нафте повећавају цене нафте. Макроекономија, међутим, истражује зашто пораст цена нафте доводи до инфлације и незапослености.

б. Микроекономија истражује питања учешћа појединих производа у међународној робној размени: увоз енергената, машина алатљика или извоз намештаја од стране одређеног привредног субјекта или целе привредне гране. Макроекономија, међутим, истражује укупне односе међународне робне размене. Она одговара на питања зашто се остварује трговински или платно-билансни суфицит или дефицит.

Позитивна економија проучава циљеве и научно објашњава, односно предвиђа, како привреда функционише. **Циљ позитивне (корисне) економије је да проучи како друштво ствара одлуке о потрошњи, производњи, размени и расподели роба и услуга. Истовремено, позитивна економија објашњава зашто привреда ради тако како ради, а допушта и предвиђања о томе како ће привреда реаговати на промене. Позитивни искази су дескриптивни. Они износе тврдње које описују свет онаквим какав јесте.** У овом осврту, позитивна економија је слична природним наукама, као што је физика, географија или астрономија. Према томе, позитивна анализа описује стварне везе између узрока и последица.

Она се бави истраживањем стварних процеса и појава, настојећи да открије и објасни економске законе и механизме економских процеса и њихових узрочно-последичних веза и односа међу зависности, као и последица одређене економске политике, која се испољава као облик прилагођавања људи, деловању економских и политичких снага у одређеном друштву. Користећи сазнања позитивне економске науке може се одговорити на питање да ли ће процес приватизације у нашој земљи довести до вишег степена коришћења производних ресурса? Такође се поставља питање: да ли такве промене у привреди довести до пораста најамнина запослених и побољшања животног стандарда становништва или ће за једно дуге време условити висок степен незапослености и читав низ економско-социјалних поремећаја и неравнотежа. Позитивна економија не може рећи које би кораке требало да предузме Влада у циљу побољшања праведности и решавања сукоба између ефикасности и социјалне једнакости, као једног од основних питања са којима се друштво сусреће. На то питање одговара нормативна економија.

Нормативна економија иде корак даље и даје оцене или нуди препоруке у функционисању привреде. Према томе, **нормативна економија је заснована на личној процени, а не на бази истраживања за сваку објективну истину. Нормативни искази су прескриптивни. Они износе тврдњу о томе какав би свет требало да буде. Другим речима, нормативна анализа разматра какве би требале бити везе између узрока и последица. У том смислу она мора изложити критеријуме који су коришћени у извођењу појединих закључака. То подразумева увођење вредносних судова у анализу.** Нормативна економска наука полази од позитивних научних исказа и сагледава интитуционалне услове неопходне за доношење и остваривање одређених развојних стратегија или одређених мера економске политике, које треба да допринесу остварењу одређених циљева дефинисаних одређеним програмима развоја.

У вези поменутих процеса и проблема, којима се бави позитивна економија, нормативна економија одговара на питања - шта треба да се уради, односно предузме од стране државе, како би се: (а) приватизација остварила уз што мање поремећаје, (б) конципирао и остварио програм борбе против незапослености и ублажавања социјалних

неједнакости у друштву, (в) како обезбедити услове успешне борбе за спутавање инфлације, (г) шта све предузети у циљу обезбеђивања услова макроекономске равнотеже (смањивање дефицита буџета или дефицита платног биланса), да ли ће се то постизати повећањем пореза или одговарајућом политиком курса националне валуте или одговарајућим подстицајима или ограничењима у успостављању економских односа наших привредних субјеката са иностранством итд.

3. Условљеност производње људским потребама

Процес производње се представља као сврсисходна делатност људи усмерена на стварање услова за задовољавање њихових потреба. Другим речима, људске потребе се појављују као основна покретачка снага сваког облика производње.

3.1. Појам, потреба и начин задовољавања људских потреба

Људске потребе се дефинишу као осећај мањка или недостатка и жеља да се тај недостатак надокнади.

Разумљиво, ако друштво потпуније обезбеђује задовољавање људских потреба од других, друштво се сматра прогресивнијим. Начин, ниво и степен задовољавања потреба утиче на ниво и обим производних и других активности у друштвеној заједници. Потребе се стално обнављају због чега се економске активности, такође, непрекидно репродукују.

За нашу анализу најбитније људске потребе су: економске, урођене, стечене (интелектуалне и социјалне потребе) и производне, које могу бити личне и заједничке.

Економске потребе се задовољавају производима људског рада – материјалним добрима и услугама. Ниво задовољења ових потреба предодређује производња, односно достигнути степен развоја друштва.

Урођене потребе су важне за човека у свим епохама развоја друштва и имају физиолошку основу – потребе за водом, храном, ваздухом...

Стечене потребе су производ људског духа, интелекта. Везане су за природу и понашање људи – потребе за образовањем, културом, спортом, стваралаштвом итд.

Производне потребе се везују за репродукцију инпута производње. **Личне потребе** за репродукцију радне снаге, а **заједничке потребе** за подмирење захтева већег броја људи – школе, болнице, културни садржаји...

Обим, интензитет и структура потреба доста су променљиви. Они зависе од:

1. **Обима и структуре производње** – уколико се повећава обим производње повећава се и могућност задовољења тих потреба;
2. **Оствареног нивоа културе, цивилизације и историјског развоја уопште**, који такође утичу на обим и структуру, јер се мења начин њиховог задовољавања;
3. **Карактера друштвених односа**, који утичу на обим и структуру потреба.

Ради задовољавања људских потреба користе се разноврсна материјална добра. Према пореклу, ова добра се деле на:

1. **Природна или слободна материјална добра** – представљају дар природе и налазе се слободна у природи – вода са извора, рудно благо, ваздух...
2. **Економска или произведена материјална добра** – она добра која људи стварају својим радом – зграде, путеви, машине...

Пошто се људско друштво стално увећава и развија, то расположива природна добра све мање омогућавају задовољавање растућих потреба становништва. **Због тога су људи све више приморани да производе материјална добра којима ће задовољити све разноврсније растуће потребе. Тако потребе, нужно, условљавају материјалну производњу, јер је она услов постојања и развоја људског друштва.**

II ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ ЕКОНОМИЈЕ

Сада више нема сумње око тога шта је економија, јер је о томе било речи у претходном поглављу. Подсећања ради, само ћемо рећи да **економија увек представља групу људи који током живота свакодневно ступају у међусобне односе**. Пошто понашање економије одсликава понашање појединца који чине ту економију, проучавање економије се наставља следећим принципима, који зависе од индивидуалног одлучивања.

1. Суочавање са избором

У великом броју алтернатива, да бисмо добили оно што нам се допада, суочени смо са избором, обично морамо да се одрекнемо нечег што нам се, такође, допада. **Одлучивање подразумева одмеравање вредности једног циља у односу на други.**

Размотримо случај предузетника који треба да алоцира свој драгоцен ресурс – новац. Он може сав новац да инвестира у изградњу пословног простора, а може и да сав новац уложи у трговање на берзи или може да подели новац на ове две области. За сваки динар инвестираног у изградњу мора да се одрекне једног динара који би могао да уложи у трговање на берзи. Исто тако, за сваки динар који утроши радећи овај посао, одриче се динара који је могао да потроши на забаву, путовања, коцкање, гардеробу...

Када се људи групишу у друштва они се суочавају са различитим врстама избора. Класичан избор је избор између „пушака и бутера“. Што се више потроши на националну одбрану – пушке, да би се одбраниле границе земље од страних агресора, то се мање може потрошити на потрошачка добра – бутер, да би се подигао животни стандард.

У савременом друштву важно је одмеравање вредности (избор) између чисте околине и високог нивоа дохода. Закони по којима предузећа морају да смањују загађеност, повећавају трошкове производње добара и услуга. Због високих трошкова, ова предузећа на крају зарађују мањи профит, исплаћују ниже плате, наплаћују више цене или се ови елементи комбинују.

Још један избор са којим се суочава друштво је избор између ефикасности и правичности. **Ефикасност** значи да друштво добија максимум од својих оскудних ресурса. **Правичност** значи да се користи од тих ресурса праведно расподељују на све чланове друштва. Другим речима, ефикасност се односи на величину економског колача, а праведност на начин расподеле тог колача. Кад Владе креирају своју политику, често се дешава да се ова два циља сукобљавају.

Спознаја да људи морају да врше избор не говори сама по себи које одлуке ће они донети или би требало да донесу. Студент не би требало да напусти студије грађевине само зато што би, ако то уради, повећао време које му стоји на располагању за студирање економије. Друштво не би требало да престане да штити животну средину само зато што

регулација у тој области смањује наш материјални животни стандард. Сиромашне не треба занемаривати зато што помоћ која им се пружа смањује њихову мотивацију за рад. Ипак, сазнање да се у животу мора вршити избор јесте важно, јер ће људи вероватно доносити добре одлуке уколико разуму могућности које им стоје на располагању.

2. Трошак одређеног избора

Пошто људи морају да бирају, одлучивање подразумева да се врши поређење између трошкова и користи алтернативних праваца деловања. У многим случајевима, међутим, трошак неке алтернативе није тако очигледан као што то на први поглед може да изгледа.

Размотримо, на пример, одлуку да се упишете на факултет. Корист је у интелектуалном обогаћењу и животу са бољим могућностима за запослење. Али, шта је трошак? Да бисте одговорили на ово питање можете кренути у сабирање новца који бисте утрошили на школарину, књиге, храну; али један од најбитнијих сегмената је време које проведете на факултету. Кад проведете једну годину слушајући предавања, читајући уџбенике, пишући семинарске радове, нисте у стању да то време проведете радећи неки посао. За већину студената, плата које се одричу, да би похађали факултет представља највећи појединачни трошак њиховог образовања.

Опортунитетни трошак неке ствари јесте оно чега се одричете да би сте ту ствар добили. То су трошкови изгубљених шанси. У економској науци постоје различите класификације трошкова. С тим у вези треба правити разлику између стварно насталих трошкова и тзв. опортунитетних трошкова. Наиме, **стварни трошкови подразумевају да су одређене трошковне трансакције стварно настале и да су рачуноводствено прецизно утврђене.** Међутим, за разлику од њих **опортунитетни трошкови се не евидентирају** као стварно настали утрошак, него **се дефинише као изостали допринос који би настао из неког другог алтернативног подухвата.** То је разлог зашто се они квалификују и као **алтернативни трошкови.**

Приликом доношења било које одлуке, рецимо да ли да упишу факултет, доносиоци одлука треба да буду свесни опортунитетних трошкова који прате сваки могући поступак. Уствари, они их обично и јесу свесни. Спортисти, стасали за факултет, који могу да зараде милионе, ако напусте школовање и професионално се баве спортом, у потпуности су свесни да је њихов опортунитетни трошак студирања на факултету веома висок. Не изненађује њихов закључак да корист од студирања није вредна трошка. Класичан пример оваквог избора је NBA кошаркаш Коби Брајант, који је одмах по завршетку средње школе потписао професионални уговор са Лејкерсима, без уписивања на колеџ.

3. Рационални људи размишљају о „граничним“ случајевима

Рационални људи размишљају о граничним могућностима. Одлуке у животу су ретко искључиво црно-беле, тј. укључују и разне нијансе сиве. За време испитног рока, ваша одлука није да ли ћете потпуно занемарити испите или ћете учити 24 сата дневно, него да ли ћете посветити још један сат прегледајући белешке, уместо да гледате телевизију.

Економисти користе термин **граничне (маргиналне) промене да би описали стална ситна прилагођавања постојећег плана деловања**. Треба имати на уму да „маргина“ значи „граница“, па маргиналне или граничне промене представљају подешавања у оквиру граница онога што се чини.

Гранични трошкови су у вези са схватањем да одређене пословне одлуке робних произвођача треба управљати према граничним (а не према просечним) економским величинама. Мада, постоје неке разлике у објашњавању **граничних (маргиналних) трошкова**, они се у економској теорији најопштије дефинишу као **трошкови последњег слоја граничног производа или као трошкови последњег слоја запослености**. У том смислу се они квалификују и као **додатни трошкови**, што, уствари, значи да су то **трошкови који настају као резултат производње додатне (граничне) јединице производа**.

У многим случајевима људи доносе најбоље одлуке ако размишљају о граничним случајевима. Претпоставимо, на пример, да питате пријатеља за савет колико година да се школујете. Ако он буде поредио начин живота особе са докторском титулом са начином живота некога ко је напустио основну школу, вероватно ћете се пожалити да вам овакво поређење неће много помоћи при доношењу одлуке. Већ сте стекли одређено образовање и вероватно треба да одлучите да ли да проведете још једну или две године у даљем школовању. Да бисте донели овакву одлуку потребно је да знате додатне користи које ће вам донети још једна година школовања (већу плату током живота и радост учења) и додатне трошкове које ћете претрпети (школарина и плата које се одричете, док се школујете). **Поређењем маргиналних користи и маргиналних трошкова** у стању сте да процените да ли вреди школовању посветити још једну годину живота.

Као што показују ови примери, **појединци и предузећа могу да донесу боље одлуке уколико размишљају о граничним случајевима**. Рационални доносилац одлуке ступа у акцију ако, и само ако, маргинална корист акције премашује маргинални трошак те исте акције.

4. Људи реагују на подстицаје

Пошто људи доносе одлуке поређењем трошкова и користи, њихово понашање може да се промени када се промене трошкови и користи. То јест, људи реагују на подстицаје. Када се повећава цена јабука, одлучују да једу више крушака, а мање јабука, јер је трошак куповине јабука већи. Узгајивачи јабука, истовремено, одлучују да запосле више радника и добију већи принос јабука, јер је корист од продаје једне јабуке такође већа. Као што ћемо видети, утицај цене на понашање купаца и продаваца на тржишту – у овом случају, на тржишту јабука – кључан је за разумевање функционисања привреде.

Креатори јавне политике никада не би требало да забораве на подстицаје, јер многе политике мењају трошкове и користи с којима се људи суочавају, а тиме мењају и понашање. Порез на бензин, на пример, подстиче људе да возе мања кола, која троше мање бензина. Тај порез подстиче људе и да се возе јавним превозом, уместо да користе сопствене аутомобиле, као и да станују ближе радном месту.

Политика може да има последице које нису одмах очигледне. Када анализирамо било коју политику, морамо да узмемо у обзир не само директне последице, већ и оне индиректне које се јављају услед подстицаја. Уколико она мења подстицаје, утицаће на људе да промене своје понашање.

Људи који се руководе економским мотивима, фокусирани су искључиво на своје сопствене интересе, тако да ће у измењеним привредно-економским околностима реаговати на те промене (примера ради - цена, пореза,дохотка) користећи подстицаје који су им у датој ситуацији указани.

Прва четири принципа разматрала су како појединци доносе одлуке. У свакодневном животу многе одлуке утичу не само на нас саме, већ и на друге људе. Следећи принципи показују како људи међусобно делују једни на друге.

5. Трговина може сваког довести у бољи положај

Трговина настаје са првим почецима комуникације, још у праисторији. Људи се упуштају у трговину да би остварили одређене користи и унапредили свој постојећи положај. Трговина је добровољна размена робе и услуга. Она се помиње кроз већи део забележене људске историје. Постоје докази трговине вулканским стаклом и каменом још у време каменог доба. Материјалима, који су коришћени за производњу накита, се трговало у Египту још 3.000 година пре Христа. Феничани су били познати морепловци и трговци. Од почетка грчке цивилизације, па све до пропасти Римског царства, у петом веку нове ере, финансијски уносна трговина донела је драгоцене зачине у Европу са Далеког истока, посебно из Кине.

Васко де Гама је отпочео трговину зачинама 1498. године, што је било једно од важних економских догађања тог периода, која су подстакла доба открића. Зачини допремани у Европу из далеких земаља били су међу највреднијим робама, а узимајући у обзир њихову тежину, постали су чак ривал злату. У 16. веку центар слободне трговине била је Холандија, код које није било контроле размене и заступања је теза о слободном кретању роба. Доминантну улогу у трговини са Источном Индијом у 16. веку је имао Португал, док је Холандија преузела примат у 17. веку и Британија у 18. веку.

Овај кратак резиме историје трговине нам осликава њен значај и заступљеност у свим фазама и периодима људске историје и развоја. Са развојем људског друштва развијала се и унапређивала и трговина. Примера ради, јапански и амерички произвођачи су значајни конкуренти у светској економији, јер америчка и јапанска предузећа производе много истих добара. Ford и Toyota конкуришу за исте купце на тржишту аутомобила. Dell и Fujitsu конкуришу за исте купце на тржишту персоналних рачунара. Ипак, лако је доћи до погрешног закључка када се размишља о конкуренцији међу земљама. Трговина између Јапана и САД-а није попут спортског такмичења, у којем једна страна добија, а друга губи. Уствари, тачно је баш супротно: **трговина између две земље доводи обе земље у бољи положај.**

Да би видели зашто, размотримо како трговина утиче на вашу породицу. Кад један члан породице тражи посао, он конкурише члановима других породица који траже посао. Породице постају међусобни конкуренти кад иду у куповину, јер свака породица жели да купи најбољу робу по најнижим ценама. У извесном смислу, дакле, свака породица у

привреди конкурише свим осталим породицама. Упркос овој конкуренцији, ваша породица неће бити у бољем положају ако се изољује од других породица. Уколико се то деси, ваша породица би морала да произведе храну, одећу и остала потребна добра сама за себе. Јасно је да ваша породица добија много тиме што се упушта у трговину са осталима. Трговина омогућава сваком да се специјализује за активности које најбоље обавља, тј. да искористи своје компаративне предности. Ако тргују са другима, људи могу да купе разноврснија добра и услуге по нижим ценама.

Баш као и породице, и државе имају користи од способности да међусобно тргују. Трговина омогућава државама да се специјализују за оно што најбоље раде и да користе разноврснија добра и услуге. Јапанци су баш као и Американци, Египћани и Шпанци у истој мери и пословни партнери и конкуренти у светској економији.

6. Тржиште – механизам за обављање економске активности

За разлику од комунизма, када је важила теорија централног управљања, тј. да је једино Влада у стању да организује економску активност на начин који ће унапредити економску добробит за земљу у целини, у тржишној привреди одлуке доносе милиони предузећа и домаћинстава. Предузећа одлучују кога ће запослити и шта ће производити. Домаћинства одлучују за која ће предузећа да раде и шта ће да купе за своје дохотке. Ова предузећа и домаћинства заједнички делују на тржишту, где цене и лични интереси руководе њиховим одлукама.

На први поглед, успех тржишних економија делује збуњујуће. Коначно, у тржишној привреди нико не тежи економској добробити за друштво у целини. Слободна тржишта састоје се од много купаца и продаваца бројних добара и услуга и сви су првенствено заинтересовани за личну добробит. Ипак, упркос децентрализованом одлучивању и доносиоцима одлука који су окренути личним интересима, тржишне економије су се показале као изузетно успешне у организовању економске активности која унапређује укупну економску добробит.

Године 1776. Адам Смит је у свом капиталном делу „Богатство народа“, изнео најчувеније запажање у области економије: **домаћинства и предузећа међусобно делују на тржишту као да су вођена „невидљивом руком“**, која их доводи до жељених тржишних исхода. Смит каже да учеснике у економији мотивише лични интерес и да **„невидљива рука“ економије усмерава њихов лични интерес ка подстицању опште економске добробити.**

Цене су инструмент помоћу којег невидљива рука усмерава економску активност. Цене осликавају и вредност неког добра за друштво и трошкове које друштво сноси да би та добра произвело. Пошто предузећа и домаћинства на основу цена одлучују шта ће да купе и продају, они и несвесно узимају у обзир друштвене користи и трошкове својих поступака. Као резултат тога, цене воде појединачне доносиоце одлука ка исходима који, у многим случајевима, максимизирају благостање друштва у целини.

Важна последица умешности невидљиве руке да управља економском активношћу јесте да, када Влада спречава цене да се природно усклађују са понудом и тражњом, она омета способност невидљиве руке да координира милионима домаћинстава и предузећа која чине привреду. Ово објашњава зашто порези негативно утичу на алокацију ресурса: порези искривљују цене, а последично и одлуке домаћинстава и предузећа. Она објашњава и још већу штету коју наносе политике које директно врше контролу над ценама, рецимо, контрола закупнине. На крају, она објашњава и пад комунизма. У комунистичким земљама цене нису одређиване на тржишту, већ су их диктирали централни планери. Њима су недостајале информације које се рефлектују кроз цене кад цене слободно реагују на дејство тржишних снага.

7. Улога и значај државе за тржиште

Тржишта функционишу само ако су законом заштићена власничка права. Пољопривредник неће узгајати храну уколико очекује да ће му неко приграбити жетву, ресторан неће служити оброке ако није сигуран да ће гости платити пре одласка. Сви се ослањамо на полицију и судове које обезбеђује Влада, како би законски заштитила наша права на оно што производимо.

Постоји још један одговор на питање зашто нам је потребна Влада - мада тржишта обично представљају добар начин да се организују економске активности, од овог правила постоје и неки важни изузеци. Два су главна разлога за Владино интервенцију у економији – унапређење ефикасности и правичности. Већина политика има за циљ да увећа економски колач или да промени начин на који се колач дели.

Мада „невидљива рука“ обично води тржишта ка ефикасној алокацији ресурса, то није увек случај. Економисти користе термин **тржишни неуспех** за ситуацију у којој само тржиште не успева да постигне ефикасну алокацију ресурса. Један од могућих узрока тржишног неуспеха јесу **екстерналије, односно утицај поступака једне особе на добит неке друге особе**. На пример, класичан пример екстерног ефекта је загађење. Још један могући узрок тржишног неуспеха јесте **тржишна моћ, која се односи на способност једне особе или мале групе да врши несразмеран утицај на тржиште цена**. На пример, ако је свима у граду потребна вода, а постоју само један бунар, власник бунара не подлеже ригорозној конкуренцији, уз чију помоћ би „невидљива рука“ успела да заузда личне интересе. У присуству **екстерналија или тржишне моћи**, добро креирана јавна политика може да повећа економску ефикасност.

„Невидљива рука“, понекад, не успева да обезбеди да се економски просперитет расподели правично. Тржишна привреда награђује људе у складу са њиховим способностима да произведу оно за шта су други људи спремни да плате. Најбољи кошаркаш на свету зарађује више од светског шампиона у шаху, једноставно зато што су људи спремни да плате више да би гледали кошарку него шах. „Невидљива рука“ не обезбеђује да свако има довољно хране, пристојну одећу и одговарајућу здравствену негу. Многе јавне политике, рецимо, порез на доходак и систем социјалне заштите, имају за циљ постизање правичне расподеле економске добробити. Рећи да влада у неким случајевима може да побољша тржишне исходе не значи да ће то увек и урадити. Један од циљева учења економије јесте да вам помогне да процените када је Владино политика оправдана, јер побољшава ефикасност и правичност, а када није.

Започели смо разматрање о томе како појединци доносе одлуке, а затим смо размотрили како људи међусобно делују једни на друге. Све ове одлуке и међусобно деловање заједно чине економију или привреду. Последња три принципа тичу се функционисања привреде као целине.

8. Животни стандард земље зависи од њене способности да произведе добра и услуге

Разлике у животном стандарду у различитим деловима света све су израженије. Просечни Американац је 2000. године имао доходак у износу од око 34.100 долара. Исте године, просечни Мексиканац зарађивао је 8.790 долара, а просечни Нигеријац 800. Није изненађење да ове велике разлике између просечних доходака одликавају разлике у квалитету живота.

Шта објашњава ове велике разлике у животном стандарду између земаља током времена? Одговор је крајње једноставан. **Скоро све промене животног стандарда могу се приписати разликама у продуктивности земаља** – односно, количини добара и услуга коју радник произведе за сат времена. У земљама у којима су радници у стању да произведу велику количину добара и услуга по јединици времена, већина људи има виши животни стандард; тамо где су радници мање продуктивни, већина људи мора да се задовољи нижим животним стандардом. Слично томе, стопу раста продуктивности једне земље одређује стопа раста просечних личних доходака.

Однос између продуктивности и животног стандарда има значајне последице и за јавну политику. Када се разматра како нека политика утиче на животни стандард, кључно питање гласи: Како ће она утицати на способност неке земље да произведе добра и услуге? Да би повећали животни стандард, креатори политике морају да повећају продуктивност тако што ће обезбедити да радници буду боље образовани, да имају средства која су им потребна за производњу добара и услуга и приступ најбољој могућој технологији.

9. Цене расту када држава штампа превише новца

Традиционално монетаристичко схватање полази од тога да је промена новчане масе у оптицају основни узрок промена у економској активности, раста цена, као и основни узрок инфлације. Вероватно нема земље која неће као циљ своје економске политике навести повећање стопе привредног и економског раста, уз остваривање пуне запослености и стабилности цена. Без стабилности цена нема ни одговарајућег подстицаја за раст продуктивности и раст реалног дохотка, повећање извоза и сл. **Инфлација се испољава као општи раст нивоа цена.** Једна од подврста инфлације је и хиперинфлација. Хиперинфлација представља, по неким ауторима, „предсмртну агонију“ привреде са инфлацијом и преко 1.000% месечно. Немачку је задесила хиперинфлација 1923. године, која је на свом врхунцу износила тридесет хиљада посто месечно, што је значило да су се цене удвостручавале свакодневно. Наравно, зна се и за инфлацију у нашој земљи која је у децембру 1993. године достигла свој врхунац од 1.134% на месечном нивоу. Оваква инфлација је обично последица ратова, револуција, политичког хаоса и великих социјалних сукоба. У САД-у, током

седамдесетих година двадесетог века, се просечан ниво цена више него удвостручио, а председник Форда назвао је инфлацију „државним непријатељем број један“.

Пошто висока инфлација намеће различите трошкове друштву, одржавање инфлације на ниском нивоу представља циљ креатора економске политике широм света. Поставља се питање: Шта је узрок инфлације? У скоро свим случајевима за високе или трајне инфлације, кривац је, изгледа, исти – пораст количине новца у оптицају. **Када земља емитује велике количине новца, његова вредност опада и логично долази до раста цена.**

10. Друштво се на кратак рок суочава са избором између инфлације и незапослености

Искуства развијених тржишних привреда, нарочито после Другог светског рата, показују да не постоје мере економске политике (фискалне, кредитно – монетарне и сл.) које ће елиминисати незапосленост, уз истовремену стабилност цена. Због тога се мора правити компромис између постојања одређене нестабилности цена и остваривања пожељног нивоа незапослености. Пошто је смањење незапослености приоритетан друштвени циљ, инфлација се појављује као израз повећања општег нивоа цена. Према томе, политика цена није сама себи циљ, већ је у функцији реализације бројних друштвених и економских циљева, при чему проблем незапослености избија на прво место.

Када Влада повећа количину новца у оптицају, један од резултата је инфлација. Други резултат, бар на кратак рок, јесте нижи ниво незапослености. Крива која илуструје овај краткорочан избор између инфлације и незапослености назива се **Филипсова крива**, по економисти који је први истраживао њихов међусобни однос. Овај феномен значи да, током једногодишњег или двогодишњег периода, многе економске политике гурају инфлацију и незапосленост у различитим смеровима. Избор између инфлације и незапослености само је привременог карактера, али може да потраје и неколико година. Филипсова крива је зато кључна за разумевање многих кретања у економији. Конкретно она је важна за разумевање **пословног циклуса** – неправилних и углавном непредвидивих флукуација економске активности, изражених бројем запослених или производњом добара и услуга.

Креатори политике могу да искористе овај избор између инфлације и незапослености применом различитих инструмената политике. Мењањем обима трошкова Владе, износа који она опорезује и количине новца који штампа, креатори политике могу да утичу на комбинацију инфлације и незапослености која ће се остварити у привреди. Пошто су ови инструменти монетарне и фискалне политике потенцијално веома моћни, питање како креатори политике треба да их искористе, да би контролисали економију, и да ли уопште треба да их користе, предмет је сталне расправе.

Напомена: Филипсова крива ће бити детаљно разрађена и објашњена у поглављу Привредни систем и његови елементи.

III ОСНОВНИ ПОЈМОВИ МАКРОЕКОНОМИЈЕ

Макроекономија је научна дисциплина која се бави изучавањем понашања макроекономских феномена као што су: бруто домаћи производ (GDP), бруто национални производ (GNP), национални доходак (NDP), потрошња, штедња, камата, инвестиције, економски раст, спољнотрговинска размена, девизни курсеви, платни биланс, циклична кретања привреде, инфлација, незапосленост итд.

Макроекономски феномени су све релевантне економске величине једне националне економије (или привреде) у којима су збирно (или агрегатно) изражени њени резултати. Под ресурсима (инпутима) се подразумевају сви чиниоци који се користе да би се остварила економска активност, а под резултатима (аутпутима) сви производи и услуге који настају економском активношћу.

Не прође ниједан дан, а да се не чује нешто о незапослености, инфлацији, привредном расту, берзи, каматним стопама или о девозном курсу. Ови феномени привлаче пажњу једноставно због тога што директно или индиректно, утичу на лично (благо)стање сваког појединца у друштву. Можда је управо из тог разлога макроекономија, тј. студија агрегатних привредних феномена толико узбудљива. Макроекономија, такође, може бити веома корисна. Кретање каматних стопа или инфлације може значајно да утиче на економски положај – како сиромашних, тако и богатих домаћинстава. Како се мења привредни амбијент, фирме могу да добију (или да изгубе) много новца, без обзира на то колико успешно воде пословну политику. Итекако је корисно бити приправан на промене пословног амбијента.

1. Привредни систем и његови елементи

Привредни систем представља друштвено – економску структуру, тј. привредне субјекте посредством чије активности и међусобних односа се остварује функционисање привредне структуре, тј. производња материјалних добара и услуга.

Елементи привредног система су: **инпути и аутпути, привредни субјекти, економске активности и институције.**

Инпути су робе и услуге које користе предузећа у процесу производње. То су чиниоци производње: земља, рад, капитал и предузетник.

Аутпути су резултати производње, робе и услуге које се или троше или употребљавају за даљу производњу (брашно је аутпут у млинарској индустрији док је инпут у пекарској индустрији).

Привредни (тржишни) субјекти су: становништво (домаћинства), привредна друштва, банке, берзе и друге финансијске институције и држава.

Основне економске активности су: производња, расподела, резмена и потрошња.

Институције привредног система представљају трајну везу између привредних субјеката, унутар којих се непрекидно одвијају економске активности. Класичан пример је тржиште.

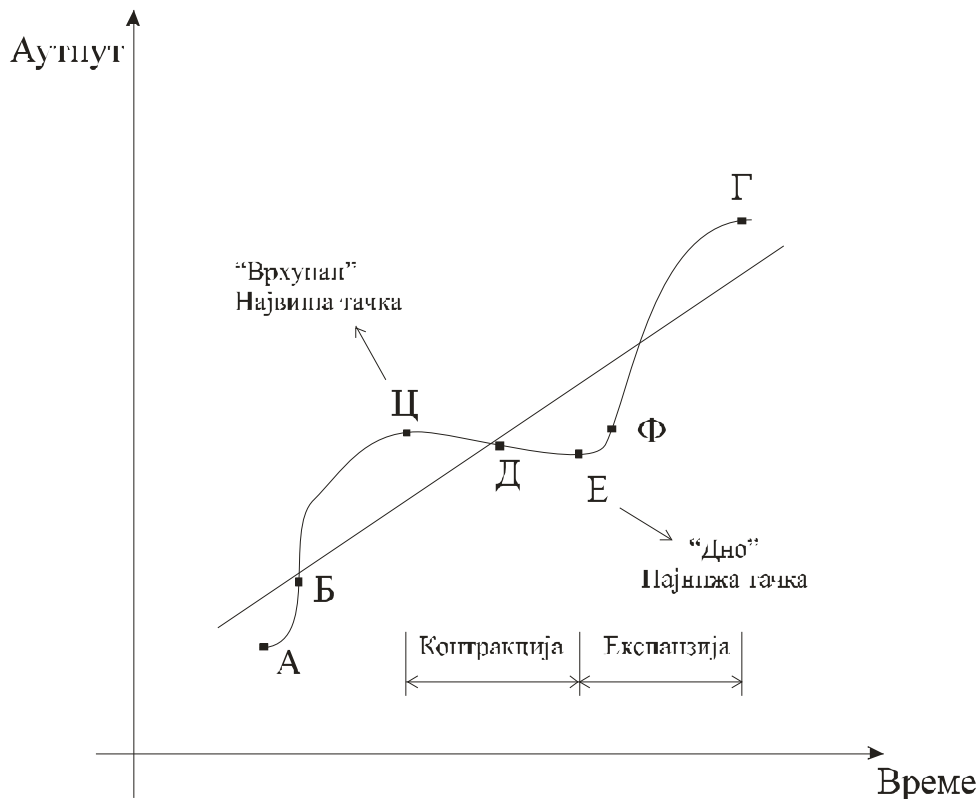
2. Привредни циклуси, антициклична политика и макроекономско прогнозирање

Основни задатак макроекономске теорије је да објасни „**економски циклус – циклус привреде**“, да утврди снаге које утичу да глобална економија расте или опада. Макроекономска политика покушава да контролише економски циклус користећи увид у макротеорије. Постоје три основне категорије објашњења функционисања привредног система:

1). Привредни циклуси. Они су неминовност у функционисању привредног система. Главна брига у макроекономији је да се квантитет аутпута неће увек одржавати са увећањем производних могућности. Циклус се састоји од периода успона који се уочава истовремено у различитим привредним областима, који се за привреду у целини смењује периодом пада, смањењем производње, са каснијим оживљавањем које прелази у фазу успона следећег циклуса. Оваква смена фаза циклуса је понављајућа, али не мора да буде периодична. Трајност економских циклуса варира од једне године до 10-12 година, при чему не можемо да издвојимо из њих краће циклусе сличног типа и са једнаком амплитудом.

Привредни циклус су неправилне експанзије и контракције привредних активности. Како се повећава привредни потенцијал, тренд аутпута током времена расте. Тачка А представља најнижу тачку економских активности – „дно“ или „увалу циклуса“. Са тачком Б започиње опоравак и он се наставља док се не достигне врхунац у тачки Ц, тзв. „бум“ или највиша тачка – „врх“. Следи период стагнације – рецесије до следеће кризе, која се достиже у тачки Е. Грубо речено потребно је око 5 година да се једна тачка у следећем циклусу помери у еквивалентну тачку у следећем циклусу, на пример од А до Е.

Berns и Michel су доста детаљно тражили привредне циклусе у САД-у од средине 19. до средине 20. века. Сваки циклус је почињао од најниже тачке привредне активности (дна) после чега је настајао период успона. Постепено би привреда достигала врхунац, или највишу тачку. После извесног времена привреда се поново враћала према најнижој тачки, од које би почињало наредно оживљавање привреде. На тај начин привредни циклус укључује све стадијуме, полазећи кроз период економског бума између суседних минималних тачака.



Хипотетички модел привредног циклуса

Сваки привредни циклус има четири фазе, од којих су две најважније – **експанзија** и **контракција**. **Експанзиона фаза** обухвата (1) успон и (2) просперитет, као највишу тачку привредних активности – врх, док **контракциона фаза** обухвата (3) фазу пада и (4) фазу када привреда остварује најнижу тачку привредне активности – дно. Фаза економског пада, која се налази између највише и најниже тачке циклуса, назива се **рецесија**.

Ако је пад сувише дубок, као у периоду велике економске кризе, ова фаза се назива **депресија**. **Велика економска криза, од 1929 – 1933. године**, била је најдубља и најразорнија, јер је индустријска производња у најразвијенијим земљама опала за 50% и број незапослених је нагло и драстично скочио. За многе привреде света 1929. година је изгледала као непремостива препрека. Почела је крахом Њујоршке берзе, али се великом брзином одразила на милионе људи широм света који су преко ноћи губили своју куће, фабрике и радна места, број незапослених и осиромашених је стално растао. Производња у многим индустријама се драстично смањивала или је потпуно угашена, гасиле су се банке, такође. Та незапамћена велика економска криза изгледала је као вечност. Потресла је не само светско тржиште већ и самопоуздање у економску професију. Нико није могао да предвиди такву кризу, а веома је тешко било и објаснити је.

У истраживањима *Bernsa* и *Michela* још једно питање заслужује пажњу. Реч је наиме о разликовању **привредних циклуса** од **тренда**. **Дугорочно посматрано**, динамику производње и запослености представљамо растућим трендом, а **привредни циклус представља осцилације око тренда**. Другачије речено, тренд је резултат дејства дугорочних фактора раста, на пример технички прогрес или ниво штедње; а фактори који утичу на привредне циклусе готово да не утичу на формирање дугорочног тренда привреде. Привредни циклус заправо представља повремено или привремено одступање од тренда.

Треба истаћи да не постоје два потпуно иста коњуктурна циклуса. Једноставно речено, нема обрасца који би могао приказати ток пословних активности за време коњуктурног циклуса. Својим неправилним током, коњуктурни циклуси су слични промени климатских услова.

Наиме, ако неки добар прогностичар најављује рецесију, онда је то знак за узбуну и по том основу можемо препознати следеће карактеристике привреде:

1. куповине потрошаче се смањују, док се залихе трајних потрошних добара, нагло повећавају. Предузећа реагују, смањују производњу и реални бруто домаћи производ опада. Одмах потом се смањују инвестиције у фабрике и опрему, па привреда улази у још жешћу фазу рецесије;

2. веома је присутно опадање тражње за радном снагом, што се рефлектује кроз смањење просечног рада у седмици, а потом следе привремена отпуштања и виши степен незапослености;

3. с обзиром на то да аутпут опада, смањује се тражња за сировинама и репроматеријалима, а цене многих роба се смањују. Са надницама је ситуација нешто повољнија, коа и са произвођачким ценама. Ако би дошло до њиховог раста у рецесији, то би било веома успорено – незнатно;

4. профит у рецесији се знатно смањује. Исто тако, цене хартија од вредности често падају пошто инвеститори владају информацијама и обично својим активностима (куповинама и продајама) предупреду долазак привредне депресије (рецесије). Како се смањује интерес за кредитима, тако се смањује и каматна стопа.

Ово су основне карактеристике рецесије. Раздобље привредног процвата су контра активности. То значи да сваки побројани облик активности делује у супротном правцу. У експанзији, односно фази процвата, јавља се нови талас инвестирања, отварају се нови капацитети, повећава се стопа запослености, расту произвођачке цене, повећава се профитна и каматна стопа и сл., што наводи предузетнике на пословне активности које проширују структуру и обим производње, односно повећава се величина друштвеног бруто производа.

Овако захуктала привреда достиже одређеног момента своју кулминациону тачку. Завршавају се инвестициони објекти, отпуштају се радници, повећава се понуда роба које потичу из новоизграђених фабрика. Тако се поново јавља застој у привреди, тј. у реализацији роба, што ће рећи да привреда поново улази у фазу кризе, али сада још жешћу, снажнију и дубљу од претходне. Тиме се један циклус завршава и поново јавља, тј. поново започиње период економске кризе. Зато и кажемо да су економске кризе периодичне, па отуда и назив **циклично кретање савремене привреде**. Нормално, ово нису једини узроци кризе, али су полазна и основна тачка економских криза.

2.) Антициклична политика привредних циклуса. Привреда пролази кроз пожељна (експанзија) и непожељна (контракција) кретања, и у том смислу треба наћи могућности да се одржава и стимулише узлазна путања привреде, експанзија, а да се спречава или дестимулише привреда у силазној путањи, контракција. Са ове тачке гледишта, поставља се питање какву улогу и моћ има **економска политика државе?**

Економску политику државе различито виде кензијанци и монетаристи. **Кејнз** указује на два могућа јаза или гепа у привреди: **инфлациони и дефлациони**, зато је потребно активирати „видљиву руку“ државе да се неравнотежа не би ширила. **Монетаристи** указују да државна интервенција само погоршава њено стање, јер **држава споро реагује**. Ово тим пре, што трајање неповољних кретања у привреди може бити краће него што прође време

док држава интервенише. Тада би учинак државне интервенције био погрешан, те је, по монетаристима, довољно да се служимо управљачкином механизмом, новчаном масом, односно здравим новцем. Теорија рационалних очекивања (у оквиру монетариста) указује да привредни субјекти предвиђају будућа привредна кретања: инфлација, каматна стопа, незапосленост итд, што треба узети у обзир при доношењу пословних одлука, па и нема потребе за интервенцијом државе. На основу досадашњих сазнања проистиче да спрега „невидљиве руке“ тржишта и „видљиве руке“ државе пружа могућност успешног функционисања привреде. То потврђује тржишна привреда у Америци – либерални модел, у Европској заједници – социјална тржишна привреда, а у Јапану – велика улога државе. Другим речима, конкуренција свуда где је могуће, регулација тамо где је нужна.

3.) Прогнозирање макрорезултата привреде. Макроекономија је сложен систем који обухвата све економске активности. Да би добили ефикасан резултат мерења колико је нешто добро, економисти се ослањају на три до четири елементарне оцене. Те основне мере макро учинка су: **(1) раст реалног аутпута – GDP; (2) незапосленост; (3) инвестициона потрошња; (4) инфлација.**

Макроекономија је у невољи када аутпут опада или, још горе, када се окрене у негативну величину као током Велике економске кризе, а у каснијем периоду поприма обележја рецесије. Економски доктори су такође забринути за макроекономију када је присутан један од ова четири проблема. Пошто се са сигурношћу не може утврдити јасан узрок привредних циклуса, то је више него потребно економско прогнозирање циклуса. Добра и стручна прогноза расветљава економски терен и помаже онима који доносе најважније одлуке да своје активности прилагоде економским условима.

„Данас се сматра да се рецесија у основи могу избећи, спречити, попут авионске несреће за разлику од урагана. Но, још увек нисмо са земље осујетили авионске несреће, такође није јасно имамо ли мудрости или способности да спречимо или елиминишемо рецесије. Опасност још увек траје. Силе које доводе до нове рецесије су још поред позорнице, само чекају шлагворт.“ Дакле, у протеклих 30 година, како је *Окун* написао ове речи, многе земље света су доживеле коњуктурне циклусе (падове и успоне). Истовремено, избегнуте су кризе озбиљних размера. Значи достигнућа у макроекономији омогућавају владама да предузму монетарне и фискалне мере којима се спречава претварање рецесије, ефектом лавине, у трајну и упорну рецесију.

У наставку следи детаљно објашњење основних мера макро учинка сваке привреде:

(1.) Раст GDP-а (GROSS DOMESTIC PRODUCT – БРУТО ДОМАЋИ ПРОИЗВОД). Бруто домаћи производ је збирни израз вредности финалних добара и услуга произведених у току једне године на територији једне земље. Први тест економског макроздравља је стопа раста аутпута тј. стопа раста GDP-а. Привредни потенцијал једне земље је одређен границом производних могућности те земље, која нам говори колики аутпут привреда може да произведе са расположивим ресурсима – средствима и технологијом. Поставља се питање да ли ми живимо сходно том потенцијалу тј. да ли у потпуности користимо расположиве инпуте (средства) или производимо мање од онога што можемо? Ако производимо унутар границе производних могућности, на плану макроекономије не иде баш најбоље. Привреда пати од неефикасности.

Следећи макроекономски агрегат који сумира резултате економске активности је **БРУТО НАЦИОНАЛНИ ПРОИЗВОД – GNP (GROSS NATIONAL PRODUCT).** То је вредност финалних добара и услуга, чијом продајом домаћи резиденти стичу дохотке

независно од тога да ли је производња остварена унутар или ван граница сопствене земље.

НАЦИОНАЛНИ ДОХОДАК (NDP) је следећи феномен који представља друштвени производ умањен за амортизацију. NDP је рачунска категорија и тешко је могуће реално и тачно измерити. Користи се за потребе статистике.

(2). Незапосленост, радна снага и стопа незапослености. Једна од битних мера економског утицаја је незапосленост. Свака модерна економија имала је и имаће мање или више, незапосленост. Уствари, одређена стопа незапослености је неизбежна, јер људи праве промене у каријери, а предузећа мењају производњу да би достигла нове циљеве и упослила нову технологију. Када би влада гарантовала сталан посао за све, предузећа би имала тешкоће у проналажењу нових радника за нове подухвате, а радници не би имали довољно подстрека да се прилагоде економским променама. Ипак, незапосленост представља проблем за незапослене и њихове породице. Стваран политички проблем представља питање колика незапосленост је толерантна да би се омогућио економски раст, како би ту незапосленост требало распоредити међу становништом, итд.

Дакле, проблем је утврдити како рецесија утиче на човека. То не значи да ми верујемо да би свако требало да има посао. Ми, заправо желимо да осигурамо слободна радна места за све који желе да раде. Ово захтева да разликујемо укупну популацију од мањег броја оних који желе да раде, односно оних који припадају радној снази. **Радна снага се састоји од свих људи коју имају преко 16 година, који уствари раде, плус они који не раде, али активно трагају за послом.** Дакле, радну снагу чини укупан број радника који укључује и запослене и незапослене.

Обично око половине популације учествује на берзи рада. Остатак популације су сувише млади, или су у школама, на студијама, у пензији, болесни или инвалиди, смештени у установама или воде рачуна о кућним пословима. Сваки члан домаћинства класификује се у једну од три категорије: (1) запослени, (2) незапослени или (3) није радна снага.

Запослени су људи који раде за плату најмање 15 сати недељно, укључујући и скраћено радно време и привремено запослене. Људи који имају посао, али су отсутни због лоших временских услова или су болесни или су на одмору или због неких других приватних разлога тренутно не раде, такође представљају запослене.

Незапослени су људи који активно траже посао, или тренутно немају посао. Зs људе који су незапослени каже се да „нису радна снага“, међутим они то итекако јесу.

Стопа незапослености представља однос броја незапослених према величини радне снаге, помножено са сто. Или, то је проценат радне снаге који је незапослен. На стопу незапослености утиче и број незапослених и укупна радна снага. Ако током више месеци постоји пораст броја незапослених, повећава се и стопа незапослености. Ако се пораст незапослености деси у месецима када број радне снаге расте знатно више него иначе, стопа незапослености ће пасти. Стопа незапослености, поготову ако је велика, значи губитак у производњи и представља тешкоће за породице и појединце, а ако је сувише ниска – притиска плате на горе, што може довести до инфлаторних притисака. Повећање стопе учешћа у радној снази, повећањем понуде рада, смањује се опасност од инфлације, која би резултирала из повећања производње. Дакле, стопа незапослености је приближна мера неискоришћених радних потенцијала.

Као што је већ напоменуто, стопа незапослености је наша друга мера здравља укупне привреде. Често је посматрана као регулатор људске патње. Људи који су изгубили своје послове у доживљеној рецесији нису само доживели изненадни губитак у доходу, већ су такође изгубили и самопоуздање и сигурност.

Међутим, извесна незапосленост је неопходна. Поента је у томе да лоша страна незапослености (несташица послова) и у недостатку радне снаге (несташица радне снаге). Свет без незапослености би имао енормне несташице радне снаге, која би водила недостатку добара. Добро организована економија мора уравнотежити незапосленост са својом другом страном – недостатком радне снаге. Да би сте схватили због чега постоје незапосленост и недостатак радне снаге, веома је важно схватити економију као динамичну и променљиву варијаблу. Тржиште радне снаге није једноставно тржиште. Састављено је од тржишта са људима који се све време пребацују са једног тржишта на друго. У било ком тренутку, људи утврђују своје алтернативе и мењају свој радни статус. Да би функционисала, економија такође треба да следи измењене укусе и технологију. Стари начин рада мора бити замењен новим технологијама.

Према томе, изванредан ниво незапослености, по многим економистима између 4-6%, неопходан је предуслов развоја и промена код људи и у друштву. Дакле, нормална стопа незапослености, око које стопа незапослености флукутира зове се **природна стопа незапослености**, а одступање незапослености од њене природне стопе назива се **циклична незапосленост**.

Постоје и друге врсте незапослености, које не треба изостављати у анализи функционисања привредног система:

- **Фрикциона незапосленост.** Постоје разни разлози за указивање на ову врсту незапослености. Многи радници због личних или финансијских разлога напуштају један и траже други посао. У том процесу премештања са једног на други посао та особа ће изгубити неколико дана или чак недеља рада, али без неких озбиљних личних или друштвених последица. Период потраге за послом пружа могућност откривања који се све послови нуде, које се способности захтевају и како су плаћени. Према томе особе које проведу добар део времена у потрази за послом, учествују на берзи рада и од тога могу имати обострану корист као појединачни учесници и за повећање економског раста привреде.

- **Структурна незапосленост и теорија ефикасних надница.** Настаје када се плата намерно одржава изнад нивоа при коме се пресецају криве понуда и тражње рада. Она може бити последица било утицаја синдиката, било законских регулатива о минималној цени рада, било преговора, било да је реч о теорији ефикасних надница. Дакле, према овој теорији предузећа послују ефикасније односно профитабилније ако су наднице изнад равнотежног нивоа. Постоје неколико врста ефикасних надница, и то:

- а) Здравље радника** подразумева веза између надница и здравља радника. Наиме боље плаћени радници имају виши животни стандард, бољу исхрану па су и продуктивнији. Зато је за предузећа много боље да имају здравије и продуктивније раднике, односно да их плаћају више – јер доносе и већи профит.

- б) Квалитет радника** проучава везу између надница и квалитета радника. С обзиром на то да предузеће при запошљавању нових радника нема довољно информација о квалитету радника, спремно је да исплати више реалне наднице, како би привукло бољу групацију радника да конкурише за радна места. Засигурно да радници који прецизирају своју најнижу

цену рада, резервисана надница, испод које не желе да рада, више вреде, наго радници који су спремни да раде за још нижу надницу.

с) **Труд радника** истиче везу између на надница и труда радника. Неко радници избегавају радне обавеза, прикривају нерад. Предузећа пак крше надзор над уложеним трудом радника, и они који буду ухваћени да избегавају своје обавезе бивају отпуштени. Међутим, неко су вешти и не буду ухваћени, надзор је скуп и нетолерантан начин контроле рада. Стога су предузећа спремна да исплате наднице изнад равнотежног нивоа, а веће наднице буде жељу код радника да сачувају своја радна места.

- **Проток радника** представља везу између надница и протока радника. Радници дају отказ из многих разлога, слање у друго место, земљу, школивање деце, сопствено усавршавање, напустили радна места и сл. Зато се предвиђа и читав низ бенефиција и случају отказа или остајања на радном месту. Стога чим предузеће више плаћа своје раднике, они ређе напуштају своје радно место, тако да се смањује проток радника. Предузећу се исплати да исплаћује веће наднице, јер их више кошта запошљавање и обучавање нових радника који су уз то мање продуктивни и неискусни у тим пословима.

- **Циклична незапосленост.** Од свих врста незапослености, макроекономске дијагностичаре највише забрињава циклична незапосленост. циклична незапосленост подразумева незапосленост која се дешава када једноставно нема тражње за послом. Ово није случај када се људи премештају са једног на други посао. То је једноставно смањење нивоа тражње за добрима и услугама, а самим тим и за послом. Једноставно речено, у рецесији се незапосленост повећава, а у експанзији незапосленост пада. Макроекономска политика дизајнирана је да ограничи флукуације у аутпуту. **Незапосленост која резултира када је стварни аутпут испод потенцијалног аутпута – аутпут гена назива се циклична незапосленост.** Одређена стопа незапослености је нормална и природна мада стварна незапосленост флукуира око нормалног нивоа незапослености. Природна стопа незапослености је нормална стопа незапослености око које флукуира стварна стопа незапослености.

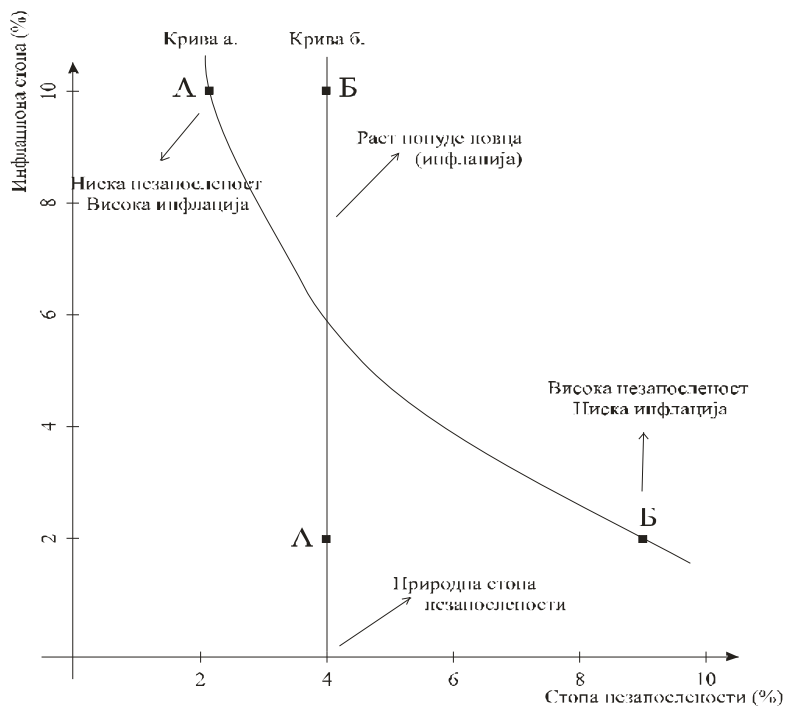
2.1. Аутпут (GDP) и незапосленост – Окунов закон

У већини земаља постоји јасан однос између промене запослености и раста GDP-а. Реч је о релацији и познатој као **Окунов закон (или правило палца) који говори да висок раст домаћег производа обично повезан са смањењем стопе незапослености, док је низак раст домаћег производа везан за раст незапослености.** Ова релација има смисла: висок раст домаћег производа условљава висок раст запослености, јер предузећа унамљују раднике који ће произвести већи домаћи производ. Висок раст запослености доводи до смањења незапослености. И обрнуто, низак раст домаћег производа доводи до повећања незапослености. Дакле, овај однос садржи једноставну, али важну импликацију: **ако је тренутна стопа незапослености превисока, потребно је знатно већи раст домаћег бруто производа за њено смањење. Ако је стопа незапослености прениска, тада је потребан нижи раст домаћег бруто производа, како би се повећала стопа незапослености. Ако је пак незапослености око природне стопе незапослености, тада би раст домаћег производа требао бити способан да одржи константну стопу незапослености (4-6%).**

2.2. Однос између инфлације и незапослености – Филипсова крива

Међу најважније показатеље економске успешности поред економског раста спадају и инфлације и незапосленост. у предходним излагањима видели смо да природна стопа незапослености зависи од карактеристика тржишта рада, док стопа инфлације зависи од понуде новца, који контролише ЦБ. **На кратак рок, друштво мора да бира између инфлације и незапослености, а у дугом року та веза није реална опција решења проблема. Инфлација представља пораст општег нивоа цена.** Дакле креатори монетарне и фискалне политике могу повећавати агрегатну тражњу и економију померати на више дуж краткорочне криве понуде смањујући незапосленост, али по цену више инфлације. Но, ако креатори економске политике смање агрегатну тражњу добиће нижу стопу инфлације, а вишу стопу незапослености. У том смислу **Филипсова крива представља најзначајнији однос инфлације и незапослености у краткорочном периоду. Ова крива представља краткорочни однос негативне корелације између незапослености и инфлације који се посматра у економији.**

У складу са Филипсовом кривом, када је инфлација висока, незапосленост тежи да буде ниска, а кад је инфлација ниска, незапосленост тежи да буде висока. Инфлација и незапосленост су обрнуто пропорционалне. Пораст агрегатне тражње за робом и услугама условљава, **у кратком року**, већи аутпут (роба и услуга) и виши ниво цена. Виши аутпут значи, већу запосленост, према томе и нижу стопу незапослености. Стога, у кратком року позитивна померања агрегатне тражње гурају инфлацију и незапосленост у супротним смеровима – веза коју представља Филипсова крива. Филипсова крива **а**, показује да ће творци економске политике, ако желе да смање инфлацију са 10% на 2%, морати да прихвате стопу незапослености од 9%, уместо текуће од 2%. Тачке А и Б, својим односом, на криви а., показују ова два избора.



Филипсова крива у краткорочном и дугорочном периоду

Крива а. Краткорочна Филипсова крива је историјски примећена као краткотрајан негативан однос између инфлације и незапослености. Када је инфлација висока, незапосленост тежи да буде нижа, а кад је инфлација ниска, незапосленост тежи да се повећа.

Крива б. Дугорочна Филипсова крива показује да се не може бирати између инфлације и незапослености. Без обзира на стопу инфлације, стопа незапослености тежи ка својој природној стопи. Зато је дугорочна Филипсова крива вертикална.

Ако креатори економске политике желе нижу инфлацију, они ће морати да прихвате и вишу незапосленост. Креатори монетарне и фискалне политике могу да постигну само ове комбинације инфлације и незапослености дуж Филипсове криве. **Раст понуде новца, повећање државних расхода и смањење пореза повећава агрегатну тражњу, која имплицира економију са нижом незапосленošћу и вишом стопом инфлације. Смањење понуде новца или државних расхода (јавна потрошња) или повећање пореза смањује агрегатну тражњу и помера економију до тачке на Филипсовој криви са нижом инфлацијом и већом незапосленošћу.**

Вертикална Филипсова крива на дуги рок илуструје закључак: да незапосленост на дуги рок не зависи од раста новчане масе, односно инфлације, што нам даље показује да монетарна политика утиче на номиналне варијабле (ниво цена и стопу инфлације), али не утиче на реалне варијабле (реални друштвени бруто производ и незапосленост). Без обзира какву монетарну политику води централна банка, аутпути и незапосленост су на дуги рок на својим природним нивоима.

3. Новац

Шта је новац? Ово питање може да делује чудно. Када прочитате да милионер Bil Gejts има много новца, знате шта то значи: он је толико богат да може да купи скоро све што пожели. У том смислу израз новац користи се да означи богатство. Економисти, међутим, ову реч користе у конкретнијем смислу: **новац је скуп оне имовине у некој економији који људи редовно користе за куповину добара и услуга од других људи.** Готовина у вашем новчанику је новац, јер је користите за куповину оброка у ресторану или кошуље у радњи која продаје одећу. Насупрот томе, да сте случајно већински власник корпорације Microsoft, као што је Bil Gejts, били бисте богати, али се ова имовина не сматра обликом новца. Тим богатством не може да се купи оброк или кошуља, а да се претходно не добије готовина. Према дефиницији коју би дао економиста, новац подразумева мали број облика богатства које продавци редовно прихватају у замену за добра и услуге.

Новац је крвоток привредног система, јер омогућава проток роба и услуга. Да би нека роба била новац, држава је морала законом прогласити такву робу као једино средство размене роба и услуга и забранити да се било која друга роба користи у те сврхе. Шта ће бити новац то је ствар споразума, односно друштване конвенције. У прошлости је новац имао разне облике и углавном је био од различитих метала. Новац постоји дуго времена зато што се лакше обавља размена преко само једне робе, уместо да се робе размењују директно једна за другу, односно трампе. **Новац је одређеног облика, материјала и тежине.** Како се новац дуго појављивао у непромењеном облику, он је омогућавао купцима и продавцима да га употребљавају **без провере квалитета**, што не важи за друге робе.

3.1. Значај новца

Друштвени обичај коришћења новца за трансакције од изузетне је користи у великом, сложенем друштву. Замислите на тренутак да у економији не постоји ни једно добро које је широко прихваћено као замена за добра и услуге. Да би добили оно што им је потребно, људи би морали да се ослоне на **трампу** – замену једног добра или услуге за друго. На пример, да би добили оброк у ресторану, треба власнику ресторана да понудите нешто што је од непосредне вредности. Могли би да понудите да му оперете судове или аутомобил. Економија која се ослања на трампу имаће проблема да ефикасно алоцира своје оскудне ресурсе. У таквој економији, каже се да је за трговину неопходна **двострука подударност жеља**, што је мало вероватни случај да свако од двоје људи има добро или услугу које жели онај други.

Генеза настанка новца се везује за грчке градове Мале Азије и егејско подручје у 7. веку пре Христа. Тада се новац ковао до природне легуре злата и сребра, а много касније од чистог метала - бакра, сребра или злата. У старој Кини се израђивао и од папира. Први Европљанин који је видео тај папирни новац био је Марко Поло. Динар у нашој земљи вуче порекло од арапског златника кованог у Сирији у 7. веку после Христа. Назив потиче од латинске речи *denarius*, а пара је персијског порекла и значи на турском *комад*.

Новац су првобитно ковали сами трговци, а тек касније грчке државе су преузеле ту обавезу. **Новац искован од племенитог метала назива се монета**. Међутим, ковани новац се временом излиже, губи на тежини, али га трговци и даље користе под присилом државе. Тај излизани новац је и даље у оптицају, постаје симбол, заступник оног дела који се излизао. **Чим је држава увидела да племените метале може заменити папиром и јефтинијом легуром, племенити метали су повучени из оптицаја. Тако је од друге половине 20. века у оптицају искључиво новац од папира и легура**. Данас је новац само у симболичкој вези са златом, јер нико од банака не може добити извесну суму злата.

3.2. Функције новца

Новац у економији има три функције. Он је **средство размене, обрачунска јединица и чувар вредности**. Ове три функције разликују новац од осталих врста имовине у економији, као што су акције, обвезнице, некретнине, уметничка дела, па, чак, и поштанске маркице.

Новац као средство размене. Функција новца као прометног средства, односно као средства размене, полазна је основа за развој свих осталих функција које новац има. Средство размене јесте предмет који купци дају продавцима када купују добра и услуге. Када у продавници одеће купујете кошуљу, продавац вам даје кошуљу, а ви продавцу дајете свој новац. Тај пренос новца од купца до продавца омогућава одвијање трансакције. **Да би обављао ову функцију новац мора да бити физички присутан, како би се вредност робе могла реализовати у новцу. Новац као средство размене представља предметну вредност коју купци дају продавцима када купују робе и услуге.**

Новац као обрачунска јединица. Обрачунска јединица јесте мерило на основу којег људи одређују цену и бележе дугове. Када идете у куповину, можда ћете приметити да кошуља кошта 2000 динара, а кифла у пекари 20 динара. Мада би било тачно рећи да цена

кошуље износи 100 кифли, а да је цена кифле 1/100 кошуље, цене се никада не наводе на овакав начин. Када желимо да изразимо и забележимо економску вредност, као обрачунску јединицу користимо новац. **Новац је трајан, не топи се и не губи вредност пребрзо, тако да трајно може вршити функцију обрачунског средства.**

Новац као чувар вредности. Чувар вредности је предмет помоћу ког људи могу да пренесу куповну моћ из садашњости у будућност. Када продавац данас прихвати новац у замену за добро или услугу, тај продавац може да задржи новац и постане купац неког другог добра или услуге у неко друго време. **У развијеним земљама, са стопама инфлације од неколико процената, становништво и привреда тезаурише (штеди) свој новац без бојазни да ће он изгубити вредност. С друге стране, у неким земљама у развоју, са израженим стопама инфлације, валута губи на вредности, те је боље решење утрошити новац на куповину роба и услуга или инвестирати у привреду, или заменити домаћу валуту за еуро, па тек онда тезаурисати, односно штедети за будућа времена.** Свака земља односно свака национална привреда мора да се укључи у међународну робну размену, уколико жели да испољене потребе свог становништва што потпуније задовољи. За то се уводи нов појам - **светски новац**. Функцију светског новца може вршити само **новац пуне вредности**, без икаквих обележја било које појединачне државе. Тако би функцију светског новца могло да врши **злато или сребро, као и девизе које су општепризнате као средство плаћања, при чему се најчешће узимају у обзир доларске девизе.** Светски новац се најчешће јавља у функцији средства плаћања и у том случају битно је дефинисати конвертибилност новца. **Под конвертибилношћу се подразумева способност размене новца за злато или за новац друге земље.** У 2003. години испуњени су строги услови статута ММФ-а (Међународног Монетарног Фонда) и наш динар је добио по први пут, после Првог светског рата, „екстерну конвертибилност“. Концепт ММФ-а подразумева само могућност замене домаћег за страни новац, али не и за злато. Наравно, није новац једини чувар вредности у економији, пошто се куповна моћ из садашњости у будућност може пренети и поседовањем других облика имовине. Израз богатство користи се за све чуваре вредности, укључујући и новац и немонетарне облике имовине.

Економисти користе израз **ликвидност** да би описали лакоћу са којом се нека врста имовине може претворити у средство размене у економији. Пошто **новац** представља средство размене у економији, он је **најликвиднија расположива имовина**. Остале врсте имовине знатно се разликују по својој ликвидности. Већина акција и обвезница може се лако продати уз ниске трошкове, па представљају релативно ликвидну имовину. Насупрот томе продаја куће или Рембрантове слике захтева више времена и труда, па су овакви облици имовине мање ликвидни. Када се одлучује у ком ће се облику чувати богатство, треба одмерити ликвидност сваке могуће имовине у односу на корист те имовине као чувара вредности. Новац представља најликвиднију имовину, али је далеко од савршеног чувара вредности. Када цене расту, вредност новца опада. Другим речима, када добра и услуге поскупе, за сваки динар у новчанику може се купити мање. Испоставиће се да је ова веза између нивоа цена и вредности новца важна за разумевање утицаја новца на привредни систем.

3.3. Врсте новца

Обзиром на потребе што ефикаснијег функционисања тржишта, временом су се развиле различите врсте новца:

1. Робни новац. Кад се новац јавља у облику робе, која има унутрашњу вредност, зове се робни новац. Израз унутрашња вредност значи да нешто има вредност, чак и ако се не користи као новац. Један пример је злато. Злато има унутрашњу вредност, јер се користи у индустрији и за производњу накита. Мада злато данас не користимо као новац оно је у историји представљало уобичајен облик новца јер се релативно лако преноси и мери, и зато што се лако доказује његова чистоћа. Када се у економији користило злато та економија је функционисала на основу **златног стандарда**. **Сваки конвертибилни новац је робни новац.** Други пример робног новца јесу цигарете. У логорима ратних затвореника током Другог светског рата, затвореници су међусобно трговали добрима и услугама користећи цигарете као чувара вредности, обрачунску јединицу и средство размене. Слично томе, у доба распада Совјетског Савеза крајем осамдесетих година XX века, цигарете су почеле да замењују рубљу као преферирану валуту у Москви. У оба случаја, чак су и непушачи, са задовољством прихватили цигарете у размени, знајући да њима могу да купе остала добра и услуге. Новац, који нема унутрашњу вредност, зове се **декретни или fait новац**. **Fait** означава наредбу или декрет, па се сходно томе овај новац уводи држаним декретом. Овај новац може да се употреби само у одређеним ситуацијама, али не представља званично средство плаћања свих дугова, јавних и личних.

2. Метални новац. Племенити метали у функцији новца су у почетку употребљавани у природном облику, као што су: комади, шипке, грумени и сл. Међутим држава, током времена, почиње да ставља знакове на комаде злата, којима гарантује да ти комади представљају одређену количину и квалитет злата. **Монета представља ознаку за одређену врсту кованог новца, чији облик, тежину и назив одређује држава.**

3. Папирни новац. У току манипулације новац се постепено хаба, тако да временом његова стварна вредност, која је одређена тежином злата, која је у њему садржана, почиње одступати од вредности назначене на њему. Држава је допушала одређена одступања од прописане количине метала. То дозвољено одступање назива се **ремедијум**. Управо због тога што се, као средство размене, могу користити предмети мање или занемарљиве стварне вредности, дошло је до појаве папирног новца. За настанак папирног новца била је потребна појава државе која ће снагом принуде гарантовати папирни новац као посредника у размени робе.

4. Трансакциони новац. Трансакциони новац је новац који се користи за трансакције. Чине га следеће компоненте: **ковани новац, папирне новчанице и чековни новац** (чековни новац чине депозити и банковни новац).

3.4. Новац у економији једне земље - новчани агрегати

У монетарној области државу представља централна банка. У нашој земљи то је Народна банка Србије и она врши функцију централне монетарне власти. **Количина новца која је у оптицају у привреди назива се новчана маса.** Она има снажан утицај на многе економске варијабле. **Централна банка преко агрегата новчане масе спроводи своју монетарну политику.** Новчану масу чине следећи агрегати:

- (1) M_1 - агрегат или новчана маса у ужем смислу;
- (2) M_2 – агрегат или новац у ширем смислу;
- (3) M_3 – новац, као најшири новчани агрегат;

(4) M_4 или НДА – нето домаћа актива.

(1) Новчани агрегат M_1 = готов новац + депозити по виђењу. Готов новац у оптицају се састоји од новчаница и кованог новца ван поседа банкарског система. Депозити по виђењу (или депозитни новац) се састоји од текићих рачуна грађана и других небанкарских субјеката (предузећа из области привреде, установе из ванпривреде, држава, становништво, остале финансијске институције које нису у банкарском систему и иностранство) код банака: новчаних средстава на збирним рачунима; средства издвојена на посебним рачунима за инвестиције, финансирање заједничке потрошње, стамбене изградње итд.

(2) Новчани агрегат M_2 = новчана маса M_1 + новац на дохват руке. Прелазни рачуни нису једина замена за готовину. Тако се и штедни рачуни могу користити за финансирање куповине. Као последица тога, депозити се ретко употребљавају за свакодневне набавке. Међутим, ипак као такви, функционишу као „новац на дохват руке“, у смислу да штедише могу отићи у банку и подићи готовину уколико желе да нешто купе. Према томе, новчани агрегат M_2 садржи: **остале депозите по вођењу у домаћој валути** (улози на штедним рачунима, државни депозити по виђењу и други депозити по виђењу), **краткорочни депозити** (депозити у новчаницама), **краткорочне хартије од вредности** (што обично називамо краткорочни трансакциони депозит).

(3) Новчани агрегат M_3 (најобухватнији новчани агрегат) = M_2 + девизне обавезе према привредним субјектима. Новчани агрегат M_3 је најкомплекснији, јер обухвата ликвидна средства M_1 , и новчана средства на дохват руке M_2 и дугорочне динарске обавезе (дугорочни депозити) банкарског система према небанкарским субјектима, као и краткорочне и дугорочне девизне обавезе према домаћим привредним субјектима.

(4) Нето домаћа актива M_4 = новчана средства M_3 + нето девизна пасива. Нето девизна пасива обухвата новчани агрегат M_3 и нето-девизне обавезе банкарског система према иностранству. Ту спадају краткорочне и дугорочне обавезе у девизама према иностранству.

3.5. Банке и понуда новца

Да би се видело како банке утичу на понуду новца, најпре је корисно замислити свет у којем уопште не постоје банке. У том једноставном свету, готовина је једини облик новца. Да би били конкретни, претпоставимо да укупна количина готовог новца износи 100 динара. Понуда новца, дакле, износи 100 динара. Сада претпоставимо да неко отвори банку, под прикладним називом Прва национална банка. Тада је Прва национална банка једина депозитна институција, то јест она прима депозите, али не даје позајмице. Сврха постојања те банке је да депонентима пружи сигурно место где ће држати свој новац. Кад год неко уложи новац, банка тај новац држи у свом трезору све док депонент не дође да га подигне. Депозити које су банке примиле, али их нису дале за позајмице, зову се **резерве**. У овој замишљеној економији, сви депозити држе се као резерве, па се такав систем назива **банкарство са стопроцентним резервама**.

Треба размотрити понуду новца у овој замишљеној економији. Пре отварања Прве привредне банке, понуда новца износи 100 динара готовине коју људи поседују. Пошто се банка отворила и људи су уложили свој новац, понуда новца износи 100 динара у депозитима

по виђењу. Сваки депозит у банци смањује готов новац и повећава депозите по повиђењу за тај износ, што понуду новца чини непромењеном. **Дакле, ако све депозите држи у резерви, банка не утиче на понуду новца.**

Банкари у Првој националној банци могу временом изнова да размотре своју политику банкарства са стопроцентним резервама. Чини се да није нужно оставити сав тај новац да бескорисно лежи у трезорима. Зашто један део не би дали на позајмице? Породице које граде куће, предузећа која граде нове фабрике и предузетници који покрећу нови посао радо би платили камату да позајме нешто новца на одређено време. Наравно, Прва национална банка мора да задржи извесне резерве да би готовина била на располагању, уколико депоненти пожеље да подигну новац. Али уколико је ток нових депозита отприлике једнак току подизања новца, Прва национална банка треба да задржи само део својих депозита као резерве. На тај начин, Прва национална банка уводи систем под називом **банкарство са делимичним резервама.**

Део укупних депозита које банка држи у резервама зове се **удео резерви**. Тај удео заједнички одређују државни прописи и политика банке. Централна банка прописује минимум резерви које банке морају да држе, које се зову **обавезне резерве**. Осим тога, банке могу да држе резерве које су веће од законског минимума, под називом **вишак резерви**, које им представљају већу гаранцију да неће остати без готовог новца.

Прва национална банка још увек има 100 динара, јер давање позајмице није променило обавезе банке према њеним депонентима. Али, сад банка располаже са две врсте активе: има 10 динара резерви у трезору и позајмице у вредности од 90 динара. Понуда банке сад изгледа овако: пре него што Прва национална банка почне да даје позајмице, понуда новца износи 100 динара у виду депозита у банци. Међутим, када Прва национална банка почне да даје позајмице, понуда новца се повећава. Депоненти још увек поседују депозите по виђењу, у износу од 100 динара, али сада зајмопримци држе 90 динара готовог новца. Понуда новца (која је једнака збиру готовог новца и депозита по виђењу) сада износи 190 динара. **Дакле, када држе само део депозита у резерви, банке креирају новац.**

На први поглед ово креирање новца, као резултат банкарства са делимичним резервама, може да делује превише добро да би било истинито, јер се чини као да је банка ни из чега створила новац, али она не ствара никакво богатство. Позајмице од Прве националне банке пружају зајмопримцима извесну готовину, а тиме и способност да купе жељена добра и услуге. Међутим, зајмопримци се и задужују, па их позајмице не чине ни мало богатијим. Другим речима, када банка креира имовину у виду новца, она ствара и одговарајућу обавезу својим зајмопримцима. На крају овог процеса креирања новца, привреда је ликвиднија у том смислу што постоји већа количина средстава размене, али економија није ништа богатија него раније.

3.5.1. Новчани мултипликатор

Креирање новца одвија се изван Прве националне банке. Претпоставимо да зајмопримац Прве националне банке употреби 90 динара да би купио нешто од некога ко затим уложи ту готовину у Другу националну банку. По основу депозита ова банка има обавезу од 90 динара. Ако и у Другој националној банци удео резерви износи 10 посто, она држи имовину у износу од 9 динара у резерви, а даје позајмице у износу од 81 динара. На тај

начин Друга национална банка ствара додатних 81 динар новца. Ако се тај 81 динар на крају уложи у Трећу националну банку, чији удео резерви такође износи 10 посто, та банка држи 8,1 динар у резерви, а 72,90 динара даје на позајмице. Тај процес се наставља сваки пут кад се новац депонује, банка изврши позајмицу, ствара још новца.

Иако се овај процес стварања новца може бесконачно наставити, испоставља се да се њиме не креира бесконачна количина новца. Ако се саберу бесконачни низови бројева у овом примеру, видеће се да 100 динара резерви ствара 1000 динара новца. **Количина новца коју банкарски систем ствара од сваког динара резерви зове се новчани мултипликатор.** У овој представљеној земљи, у којој 100 динара резерви ствара 1000 динара новца, новчани мултипликатор износи 10. Дакле, **новчани мултипликатор је реципрочна вредност удела резерви.** Ако је R удео резерви свих банака у економији, онда сваки динар резерви ствара $1/R$ динара новца. У овом примеру, $R=1/10$, па новчани мултипликатор износи 10. Ова реципрочна формула новчаног мултипликатора има смисла. Ако банка држи 1000 динара у депозитима, онда удео резерви у висини од $1/10$ (10 посто) значи да банка може да држи 100 динара у резервама. Новчани мултипликатор само обрнуто изражава ову идеју: ако банкарски систем у целини држи укупно 100 динара у резервама, може да има само 1000 динара у депозитима. Ова формула показује да удео новца који банке креирају зависи од удела резерви.

Централна банка, ради сигурности, захтева од својих пословних банака одређени минимум резерви готовог новца који се одређује према висини њихових депозита. Пословне банке не могу са својим резервама готовог новца да падну испод тог минимума. Другим речима, Централна банка може да утиче на процес умножавања новца мењајући висину обавезних резерви. Када подиже обавезне резерве, ЦБ успорава креирање новца, а када смањује обавезне резерве, она подстиче стварање нове новчане масе. Све ово потврђује да монетарни мултипликатор зависи од односа готовог новца према депозитима банака.

3.5.2. Инструменти монетарне контроле

Задатак Централне банке јесте контрола понуде новца у економији. Пошто је јасно како функционише банкарство на делимичним резервама, лакше се разуме како ЦБ обавља тај свој задатак. С обзиром да у систему банкарства са делимичним резервама банке креирају новац, контрола понуде новца од стране ЦБ је индиректна. Када ЦБ одлучи да промени понуду новца, потребно је да размотри како ће њени поступци деловати на банкарски систем. ЦБ има на располагању три монетарна инструмента:

1. операције на отвореном тржишту
2. обавезне резерве и
3. есконтну стопу

(1) Операције на отвореном тржишту. Када купује или продаје државне обвезнице, ЦБ води операције на отвореном тржишту. Да би повећала понуду новца ЦБ почиње да купује државне обвезнице. Динари којима ЦБ плаћа обвезнице повећавају број динара у оптицају. Један део тих динара држи се у готовом новцу а један део се улаже у банке. Сваки нови динар који се држи у готовом новцу повећава понуду новца тачно за 1

динар. Сваки нови динар који се улаже у банке повећава понуду новца за још већи износ јер повећава резерве, а томе и износ новца који може да креира банкарски систем.

Да би смањила понуду новца ЦБ ради управо обрнуто: продаје државне обвезнице широкој јавности на тржишту обвезница. Широка јавност плаћа обвезнице готивим новцем или банкарским депозитима, чиме директно смањује износ новца у оптицају (једноставно, банци иде новац, а купцима обвезнице). Осим тога, када људи подижу новац из банке, банкама остаје мања количина резерви. Банке за узврат смањују износ зајмова, а процес стварања новца сад је обрнут.

Операције на отвореном тржишту лако се обављају. Уствари, куповина и продаја државних обвезница од стране ЦБ на тржишту обвезница сличне су трансакцијама које може да изврши било који појединац са својим портфолијом (хартијама од вредности различитог приноса и различитог ризика). ЦБ је у стању да преко операција на отвореном тржишту сваког дана мења понуду новца за мали или велики износ. Дакле, операције на отвореном тржишту представљају инструмент монетарне политике, који ЦБ најчешће користи.

(2) Обавезне резерве. На понуду новца ЦБ може да се утиче и преко обавезних резерви. **Обавезне резерве су минималан износ резерви које банке морају да држе у односу на депозите.** Обавезне резерве утичу на количину новца коју банке морају да створе од сваког динара резерви. Повећање обавезних резерви значи да банке морају да држе већу количину резерви, а тиме су у стању да за зајмове дају мање од сваког уложеног динара; сходно томе, повећава се удео резерви, а смањују новчани мултипликатор и понуда новца. Обрнуто, смањењем обавезних резерви, смањује се удео резерви, а повећавају новчани мултипликатор и понуда новца.

ЦБ ретко користи промене обавезних резерви, јер би честе промене унеле пометњу у пословање банака. Кад ЦБ повећа обавезне резерве, на пример, поједине банке остају без довољно резерви, чак иако су им депозити остали непромењени. Сходно томе, оне морају да смање кредитирање, све док не подигну ниво резерви на нови, обавезни ниво.

(3) Есконтна стопа. Трећи инструмент који ЦБ стоји на располагању је **есконтна стопа, тј. каматна стопа на кредите које ЦБ даје пословним банкама.** Банка узима позајмице од Централне банке када су јој резерве сувише мале у односу на обавезни ниво. До тога може доћи јер је банка дала превише кредита или зато што је у скорије време повучен велики износ депозита. Кад ЦБ да овакву позајмицу банци, банкарски систем располаже са више резерви него што би у противном имао, а те додатне резерве омогућавају банкарском систему да креира више новца.

ЦБ може да мења понуду новца изменом есконтне стопе. Виша есконтна стопа дестимулише банке да узимају кредите од ЦБ. Дакле, повећањем есконтне стопе смањује се количина резерви у банкарском систему, чиме се, за узврат, смањује понуда новца. И обрнуто, нижа есконтна стопа подстиче банке да се задужују код ЦБ, чиме се повећава количина резерви и понуда новца.

3.6. Квантитативна једначина новца

Пошто је објашњена природа новца и улога банака, погледајмо како се новац уграђује у привредне токове на „дуги рок“. На дуги рок - рад, капитал и технологија одређују стварну производњу, а новац и ниво цена одређују номиналну производњу (вредност укупне производње у некој економији). Корелацију између производње и нивоа цена објашњава **квантитативна теорија новца, по којој ниво цена варира у директној пропорцији са количином новца. Ту везу између количине новца у оптицају и тржишних трансакција изражавамо преко квантитативне једначине новца:**

$$\text{НОВАЦ} \times \text{БРЗИНА ОПТИЦАЈА} = \text{ТРАНСАКЦИЈЕ} \times \text{ЦЕНЕ}$$

односно, $M \times V = T \times P$; где M – представља количину новца у оптицају; V – брзину обрта новца у одређеном времену, обично у једној години (новац иде из „руке у руку“); T – број размена роба и услуга између привредних субјеката у одређеном периоду, обично у једној години; P (price) – цене формиране на тржишту, изражене у одређеној валути.

Горњу једначину можемо трансформисати и у следећи облик:

$$\text{НОВАЦ} \times \text{БРЗИНА ОПТИЦАЈА} = \text{ДОМАЋИ БРУТО ПРОИЗВОД} \times \text{ЦЕНА};$$

$M \times V = Y \times P$; израз $Y \times P$ представља вредност друштвеног производа, а како се он расподељује становништву у форми дохотка, онда представља и укупни доходак друштва. **Због тога се V назива доходна брзина оптицаја новца.**

4. Инфлација

Шта је инфлација? Када стопа незапослености почне да пада на ниво њене пожељне запослености, може се очекивати да ће тада свако бити добро расположен, иако се ово ретко дешава. Уствари, када стопа незапослености опада, многи макроекономисти почињу да буду узнемирени. Они заправо стрепе од инфлације. Страх од инфлације заснован је на притиску цена који је праћен капацитетом производње. **Неуравнотеженост између понуде и тражње добара може узроковати повећање цена. Инфлација представља пораст општег нивоа цена. Када општи ниво цена расте, вредност новца опада, односно људи држе већу количину новца, јер са једном новчаном јединицом купују мање роба и услуга. Свака новчана јединица постаје мање вредна.**

4.1. Раст новца и инфлација

Проучавање инфлације започињемо излагањем квантитативне теорије новца. Та теорија често се назива „класичном“, јер су је изложили неки од најранијих економских мислилаца. Већина економиста у данашње време објашњава дугорочне детерминанте нивоа цена и инфлације.

Претпоставимо да током извесног временског периода посматрамо како цена корнета сладоледа расте са 5 динара на 80 динара. Какав закључак треба да изведемо из чињенице да

су људи спремни да се одрекну толико више новца у замену за корнет сладоледа? Могуће је да су људи почели више да уживају у сладоледу. То је међутим мало вероватно. Вероватније је да је уживање људи у сладоледу остало, углавном, непромењено и да је, временом, новац којим се купује сладолед постао мање вредан. И заиста, оно прво што се научи о инфлацији јесте да се она више тиче вредности новца, него вредности добара.

Општи ниво цена у привреди може да се посматра на два начина. До сада смо ниво цена сматрали ценом неке корпе добара и услуга. Када ниво цена расте, људи морају скупље да плаћају добра и услуге које купују. Други начин посматрања нивоа цена јесте да он представља показатељ вредности новца. Пораст нивоа цена значи нижу вредност новца, јер за сваки динар у новчанику сада може да се купи мања количина добара и услуга.

4.2. Понуда новца, тражња за новцем и монетарна равнотежа

Шта одређује вредност новца? Одговор на ово, као и на многа друга економска питања, гласи: **понуда и тражња**. Баш као што понуда и тражња за бананама одређују цену банана, тако и понуда и тражња за новцем одређују вредност новца. Дакле, следећи корак у излагању квантитативне теорије новца јесте да одредимо детерминанте понуде и тражње за новцем.

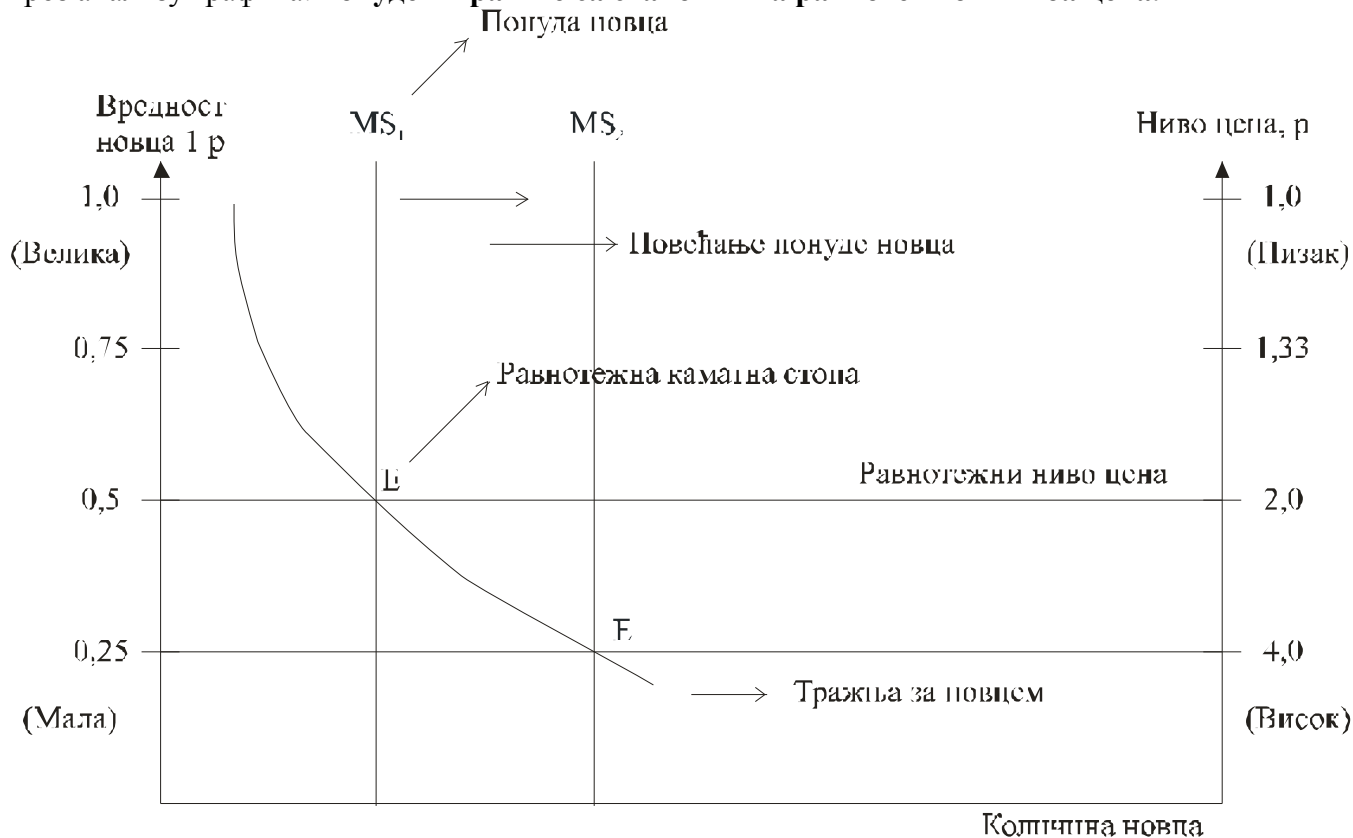
Кад ЦБ прода обвезнице у операцијама на отвореном тржишту, у тој размени добија динаре и смањује понуду новца. Кад ЦБ купује државне обвезнице, исплаћује динаре и повећава понуду новца. Осим тога, ако се било која количина тих добара депонује у банке које их држе у резерви, новчани мултипликатор ступа на сцену и те операције на отвореном тржишту могу да имају већи утицај на понуду новца.

У основи, тражња за новцем показује колико богатства људи желе да држе у ликвидном облику. Многи фактори утичу на тражену количину новца. Количина готовог новца коју људи држе у новчаницима, на пример, зависи од тога колико се ослањају на кредитне картице и да ли се лако налазе банкомати. Тражена количина новца, такође, зависи од каматне стопе коју би неко могао да заради ако уложи новац у куповину обвезнице која доноси камату уместо да га остави у новчанику или на текућем рачуну код банке са ниском каматом. Мада многе варијабле утичу на тражњу за новцем, једна се истиче својим значајем: **просечни ниво цена у привреди**. Колико ће новца људи држати у својим новчаницима зависи од цене добара у услуга које они треба да купе. Што су цене више, то је за типичну трансакцију потребно више новца, а тиме и више новца људи држе на текућим рачунима и у новчаницима. То јест, виши ниво цена (нижа вредност новца) повећава тражену количину новца.

Шта гарантује да ће количина коју ЦБ нуди бити у равнотежи са количином новца коју људи траже? Одговор зависи од временског хоризонта који се разматра. На кратак рок каматна стопа има кључну улогу. На дуги рок, општи ниво цена се прилагођава док не достигне ниво у коме је тражња за новцем једнака његовој понуди. Ако је ниво цена већи од равнотежног, људи ће желети да држе више новца него што је ЦБ креирала, тако да ниво цена мора да падне како би се изједначиле понуда и тражња. Ако је ниво цена нижи од равнотежног, људи ће желети да држе мање новца него што је ЦБ креирала, а ниво цена мора да се повећа да би се понуда и тражња довеле у равнотежу. На равнотежном нивоу цена, количина новца коју људи желе да држе тачно је једнака количини новца коју нуди ЦБ.

4.3. Монетерна инјекција и њени ефекти

Уколико се економија налази у равнотежи, а да ЦБ, изненада, двоструко повећа понуду новца, тако што штампа новчанице и избацује их као из хеликоптера по целој земљи (или би, што је мање драматично и реалистичније, ЦБ могла да убаци новац у привреду куповином обвезница на отвореном тржишту). Шта се дешава после такве монетарне инјекције? Каква је нова равнотежа у односу на стару? Одговор на ова питања се може наћи кроз анализу графика: **понуде и тражње са становишта равнотежног нивоа цена.**



Понуда и тражња са становишта равнотежног нивоа цена

Крива понуде новца је вертикална – одређена од стране ЦБ, а када ЦБ повећа понуду новца, крива понуде се помера у десно са M_1 у M_2 . Крива тражње је опадајућа, јер људи држе већу количину новца како опада његова вредност. У тачки равнотеже E , вредност новца (на левој оси) и ниво цена (на десној оси) су изједначени, тј. понуда је једнака тражњи новца. Међутим, када се повећа понуда новца, тачка равнотеже је E_1 и пораст понуде новца, повећава количину новца у оптицају, подиже ниво цена и смањује вредност новца.

4.4. Врсте инфлације

Инфлација разара привреду. Да би се инфлација боље разумела, потребно је претходно извршити класификацију у три категорије:

(1) **Умерена инфлација** подразумева лагани раст цена. То су једноцифрене годишње стопе инфлације. Кад су оне релативно стабилне, људи имају поверење у новац.

(2) **Галопирајућа инфлација** представља дво или троцифрену инфлацију, у распону од 20, 100 или 200 % на годину дана. Када се галопирајућа инфлација једном укорени у привредно ткиво, настају озбиљни економски поремећаји.

(3) **Хиперинфлација**. Многе привреде преживе галопирајућу инфлацију, али веома тешко хиперинфлацију. Тешко је поверовати да се хиперинфлација од милион или чак и милијарду посто годишње може издржати.

4.5. Инфлациони порез

Ако је инфлацију тако лако објаснити, зашто онда земље доживљавају хиперинфлацију? Односно, зашто централне банке тих земаља одликују да штампају толико новца да ће његова вредност временом сигурно нагло пасти.

Одговор гласи да владе тих земаља **користе стварање новца као начин да плате своју потрошњу**. Када влада жели да сагради путеве, исплати плате полицији или помоћ сиромашнима или да исплати пензије, она најпре мора да прикупи неопходна средства. У нормалним сличајевима, влада то чини увођењем пореза, или позајмицом од широке јавности продајом државних обвезница. Међутим, влада може да плати своју потрошњу и једноставним штампањем новца који јој је потребан.

Када влада прикупља приходе штампањем новца, каже се да **уводи инфлациони порез**. Међутим, инфлациони порез није у потпуности исти као други порези, јер нико од владе не добија рачун за овај порез. Инфлациони порез је суптилније врсте. Када влада штампа новац, повећава новац, повећава се ниво цена, а динари у вашем новчанику вреде мање. **Дакле, инфлациони порез јесте порез који плаћају сви они који држе новац.**

4.6. Фишеров ефекат

Према принципу монетарне неутралности, пораст стопе раста новца повећава стопу инфлације, али не утиче ни на једну реалну варијаблу. Значајна импликација овог принципа тиче се утицаја новца на каматне стопе. За макроекономисте су каматне стопе важна варијабла, јер ефектом које имају на штедњу и инвестиције оне повезују економију садашњости са економијом будућности.

Да би се схватио однос између новца, инфлације и каматних стопа, треба узети у обзир разлику између реалне и номиналне каматне стопе. **Номинална каматна стопа** је каматна стопа која говори којом брзином ће се динари на вашем штедном рачуну увећати током времена. **Реална каматна стопа** коригује номиналну каматну стопу за ефекте инфлације како би показала брзину којом ће се временом повећати куповна моћ штедног рачуна. **Реална каматна стопа представља разлику између номиналне каматне стопе и стопе инфлације.**

На пример, ако банка одреди номиналну каматну стопу од 7% годишње, а стопа инфлације износи 3% на годишњем нивоу, онда реална вредност депозита расте за 4% годишње.

Понуда и тражња за зајмовним средствима одређују реалну каматну стопу. А према квантитативној теорији новца, раст понуде новца одређује стопу инфлације. Сада се анализира како раст понуде новца утиче на каматне стопе. На дуги рок, током којег је новац неутралан, промена раста новца не би требало да утиче на реалну каматну стопу. Напокон, реална каматна стопа је реална варијабла. Да реална каматна стопа не би претрпела утицај, номинална каматна стопа мора у потпуности да се усклади са променама стопе инфлације. Дакле, када ЦБ повећа стопу раста новца, то резултира и већом стопом инфлације и већом номиналном каматном стопом. То усклађивање номиналне каматне стопе према стопи инфлације назива се **Фишеров ефекат**, по економисти Ирвингу Фишеру (1867 - 1947), који је први уочио ову појаву. Треба имати на уму да је у анализи Фишеровог ефекта задржана дугорочна перспектива. **Фишеров ефекат не важи на кратак рок, с обзиром да инфлација у том случају није предвиђена.**

5. Тржишне силе понуде и тражње

Понуда и тражња су две речи које економисти најчешће користе – и то са добрим разлогом, јер су **понуда и тражња силе које омогућавају функционисање тржишних економија**. Оне одређују количину сваког добра које се производи и цену по којој се оно продаје. Ако се жели сазнати како ће неки догађај или политика утицати на економију, прво треба да се види како ће утицати на понуду и тражњу.

Израз тражња и понуда односе се на понашање људи када на тржишту међусобно делују једни на друге. **Тржиште је група купаца и продаваца одређеног добра или услуге. Купци као група одређују тражњу за производом, а продавци као група одређују понуду тог производа.** Поставља се питање шта подразумевамо под тржиштем и под различитим врстама тржишта?

5.1. Тржиште, врсте и функције тржишта

Тржиште представља скуп купаца и продаваца који се договарају по којим ће **ценама размењивати робе и услуге**. Саставни елементи тржишта су: **тражња, понашање купца, понуда и понашање продавца**. Следећи пример говори како ови елементи делују једни на друге и како тржиште функционише.

За време санкција УН које су уведене нашој земљи прекинута је легална набавка нафте, што је условило вишеструко повећање цена нафте. Да би спречила даљи раст цена нафте држава је одредила приоритете и омогућила приватном сектору увоз нафте. У то време на многим тржиштима је било знатно мање бензина и нафте него што су возачи хтели да купе. Формирале су се дуге колоне аутомобила, свађе у редовима су биле уобичајене, неки су се чак и физички обрачунавали, тако да је тензија расла из дана у дан. Влада је покушала системом контроле увоза и цена нафте да реши проблем. Ово наше горко искуство је типично и за све друге сличне ситуације које се дешавају у време контроле цена и ограничених испорука било робе или услуга. **Правило је, а не изузетак да овакви покушаји владе да регулише тржишне токове изазивају конфликте и проблеме. Наравно, и слободно тржиште, само по себи, може произвести проблеме, али ипак се то ређе дешава, поготову када је реч о понуди и тражњи роба и услуга од виталног значаја за свакодневни живот.**

Врсте тржишта. Купопродаја роба, услуга, импута, новца и др. увек се одвија на неком простору, у неком временском периоду по неким утврђеним ценама. Размена се може обављати одмах или одложено, са одложеним плаћањем и испорукама.

Тржишта могу бити:

1. **тржишта роба и услуга, односно тржишта добара;**
2. **тржишта инпута (рада, капитала и земљишта)**
3. **финансијска тржишта**

Функције тржишта. Тржиште готово увек обавља своје основне функције, а то су:

1. **Информативна функција.** Привредни субјекти су независни једни од других и немају благовремене и потпуне информације о стању понуде и тражње за неком робом или услугом. У том смислу тржиште пружа информације о стању понуде и тражње за одређеном робом или услугама. Ту је, превасходно реч о цени. Упоредјујући постојеће информације са информацијама на тржишту, привредни субјекти и домаћинства доносе одлуке о привредним активностима, односно куповини роба и услуга.

2. **Селективна функција.** Тржиште врши селекцију привредних субјеката путем **конкуренције**. Механизмом формирања цена и конкуренције, врши се диференција привредних субјеката на добре и лоше. Закон понуде и тражње мотивише и награђује привредне субјекте који су ефикаснији (ефикасност је остваривање економских циљева уз минималне трошкове, напоре и губитке) и продуктивнији (продуктивност је захтев да се са датом количином инпута оствари максимална количина производа), а кажњава оне који су економски неефикасни и недовољно продуктивни. Према томе тржиште врши објективну селекцију и роба и робних произвођача.

3. **Алокативна функција.** Тржиште овом функцијом врши расподелу и размештај – **алокацију ограничених економских ресурса на различите привредне гране, области, итд.** Тиме се процес друштвене производње прилагођава потребама друштва. У делатностима где цене расту, јавља се могућност екстра зараде (екстра профит), док у делатностима где цене опадају, снижава се могућност зараде, уз појаву опасности формирања губитка. У том смислу, кретање цена представља индикатор за присвајање будућих профита.

4. **Дистрибутивна функција.** При примарној расподели друштвеног производа формирају се цене инпута производње, на основу којих власници стичу дохотке и учествују у расподели остварене вредности. **Дохотци власника инпута производње представљају национални доходак и њихов збир једнак је величини бруто домаћег производа, тако да се одређивањем цена инпута производње опредељује расподела националног дохотка.**

5.2. Тржиште, цене и конкуренција

Тржиште омогућава сучељавање продаваца и купаца да би разменили робе и услуге. Тржиште може бити **централизовано** (хартције од вредности, акције, обвезнице, пшеница, пиринач и сл.) или **децентрализовано** (куће, половни аутомобили и сл.) или **електронско** (финансијска средства и услуге). Најбитније обележје за тржиште је да окупља купце и продавце, да би одредило цену и количину. На основу овога можемо закључити:

Тржиште је механизам путем којег купци и продавци међуделују да би некој роби одредили цену и количину. У тржишној привреди свака роба има своју цену, која представља вредност неког добра изражена у новчаном облику.

Цене су значајни сигнал произвођачима и потрошачима. Ако потрошачи желе више неког добра, рецимо бензина за аутомобиле, повећава се тражња за бензином. Када предузећа за производњу бензина осете повећану продају, они повећавају цену бензина да би рационалисали ограничену понуду. А виша цена подстиче производњу бензина. Цене координирају одлуке произвођача и потрошача на тржишту. Више цене смањују тражњу потрошача, а подстичу производњу. Ниже цене подстичу потрошњу и обесхрабрују производњу. Цене су равнотежни тас на ваги у тржишном механизму. Цене по којима купци желе да купе тачно онолико колико продавци желе да продају постижу равнотежу понуде и тражње.

Конкуренција. Врлине тржишног механизма се потпуно остварују тек када постоје услови савршене конкуренције. Савршена конкуренција је технички израз који представља тржиште на којем ниједно предузеће или потрошач нису довољно велики да могу утицати на тржишну цену и поделу тржишта. На пример, тржиште пшенице је потпуно конкурентно, јер ни највећа фирма у пољопривреди не може утицати на цене и поделу тржиште, пошто производи само мали део пшенице. Овде је реч о невидљивој руци тржишта која успешно алоцира ресурсе. С друге стране, **када нека фирма (компанија), као што је ПТТ саобраћај или нека компанија која има значајни утицај на тржишту и утиче на формирање цена, јавља се несавршена конкуренција.** То се догађа када један продавац (монополиста), да би зарадио високе профите, превише подигне цену добара.

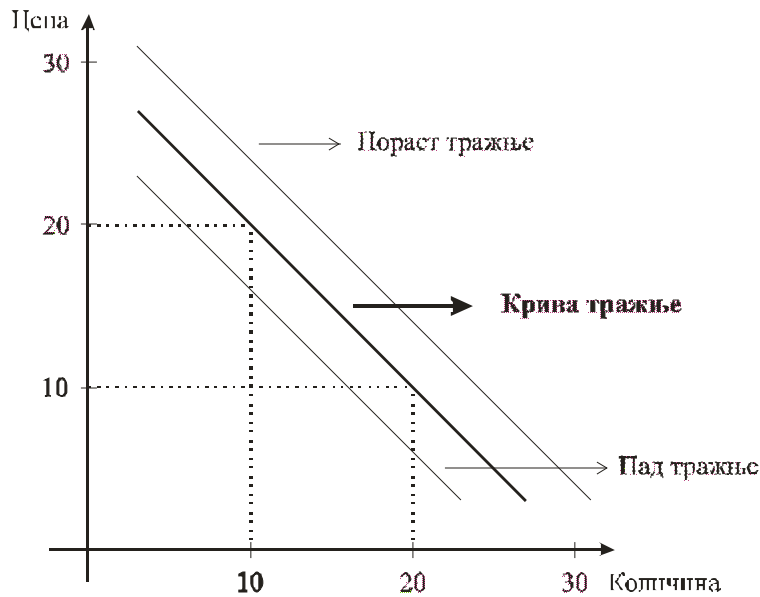
5.3. Крива тражње: однос између цене и тражене количине

Тражена количина неког добра је количина тог добра коју су купци спремни да купе. Много тога одређује тражену количину било ког добра, али када се анализира како тржишта функционишу, једна детерминанта која има кључну улогу је цена добара. Када би цена чоколаде порасла на 200 динара куповало би се мање чоколаде. Можда би се уместо чоколаде куповао воћни јогурт. Када би цена чоколаде опала на 50 динара, куповало би се више. Пошто се **тражена количина смањује како цена расте, а повећава како цена опада, каже се да тражена количина стоји у негативној корелацији са ценом.**

График на слици показује закон тражње, тј. опадајућу криву тражње. **Опадајућа линија која показује однос између цене у тражене количине зове се крива тражње.**

Крива тражње показује тражену количину за сваку цену. Она показује како се мења тражена количина са променом цене. Пошто нижа цена повећава тражену количину, крива тражње је опадајућа (нагнута наниже).

Померање криве тражње у десно зове се пораст тражње. Догађа се услед промена које смањују цену и самим тим повећавају тражену количину. Свака промена која смањује тражену количину при свакој цену **помера криву тражње улево и зове се пад тражње.**



Закон тражње

Постоје многи фактори који утичу на померање криве тражње, као на пример:

Доходак. Ако тражња за добрима пада када се доходак смањује, то добро се зове нормално добро. Нису сва добра нормална добра. Ако тражња за неким добром расте када доходак пада, то добро се зове инфериорно добро. Пример инфериорног добра је возња аутобусом. Када доходак пада, све мање је вероватно да ће људи куповати аутомобиле или се возити таксијем, и вероватније је да ће се возити аутобусом.

Цене сродних добара. Када пад цене неког добра смањи тражњу за другим добром, та два добра називају се супститути. Супститути су обично два добра која су међусобно заменљива, рецимо, хот-дог и чизбургер, џемпер и дуксерица, одлазак у биоскоп и изнајмљивање касете из видео клуба. Када пад цене једног добра повећава тражњу за другим добром, та два добра се називају комплементи. Комплементи су често два добра која се заједно користе, на пример, бензин и аутомобил, компјутер и софтвер и сл.

Укуси. Очекивања у погледу будућности могу да утичу на садашњу тражњу за неким добром. Ако се очекује да ће цена квадратног метра стамбеног простора у будућности да порасте, људи ће куповати више станова у садашњости.

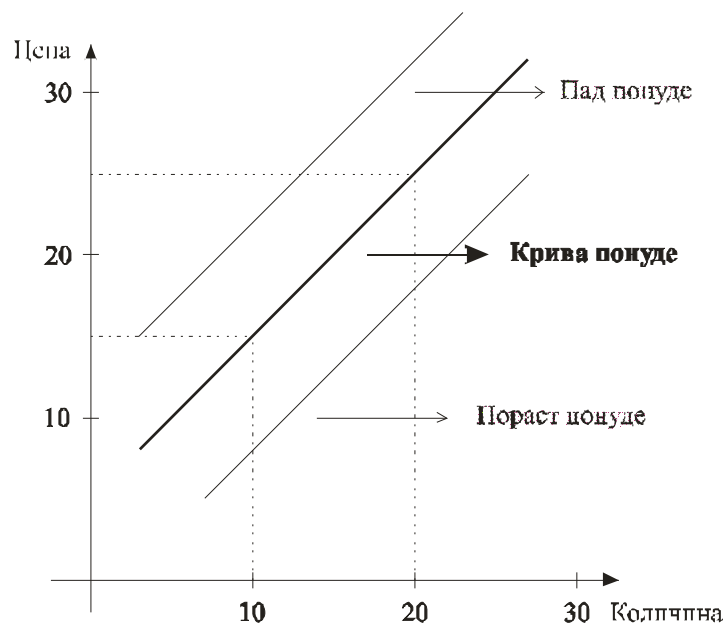
Број купаца. Када расте број купаца неког добра, расте и тражња за тим добром.

5.4. Крива понуде: однос између цене и понуђене количине

Понуђена количина неког добра или услуге је количина коју су продавци спремни да продају. Постоје многе детерминанте које утичу на понуђену количину али цена и овде игра кључну улогу. Када је цена чоколаде висока, продаја чоколаде је профитабилнија, па је и понуда чоколаде већа. Продавци чоколаде раде прековремено, произвођачи купују додатне машине за производњу чоколаде и запошљавају више радника. Насупрот томе, када је цена

чоколаде ниска, посао је мање профитабилан, па се производи мање. Пошто понуђена количина расте кад цена расте, а пада при паду цене, каже се да понуђена количина стоју у позитивној корелацији са ценом добара. Овај однос између цене и понуђене количине зове се закон понуде: ако је све остало непромењено, када цена неког добра расте, расте и понуђена количина тог добра, а када цена неког добра пада, пада и понуђена количина тог добра.

На графику се може видети понуђена количина за сваку цену. Ова крива понуде показује како се мења понуђена количина добра када се мења његова цена. Пошто виша цена повећава понуђену количину, крива понуде нагнута је на више.



Закон понуде

Померање криве понуде на десно назива се пораст понуде, тј. пораст понуђене количине добара. На пример, ако падне цена шећера, смањиће се трошкови производње чоколаде, што чини производњу чоколаде профитабилнијом. То повећава понуду чоколаде: при боло којој датој цени произвођачи су сада спремни да произведу већу количину. Дакле, крива понуде чоколада помера се удесно.

Свака промена која смањује понуђену количину при свакој цени, помера криву понуде улево и назива се пад понуде.

Постоје бројни фактори који утичу на померање криве понуде:

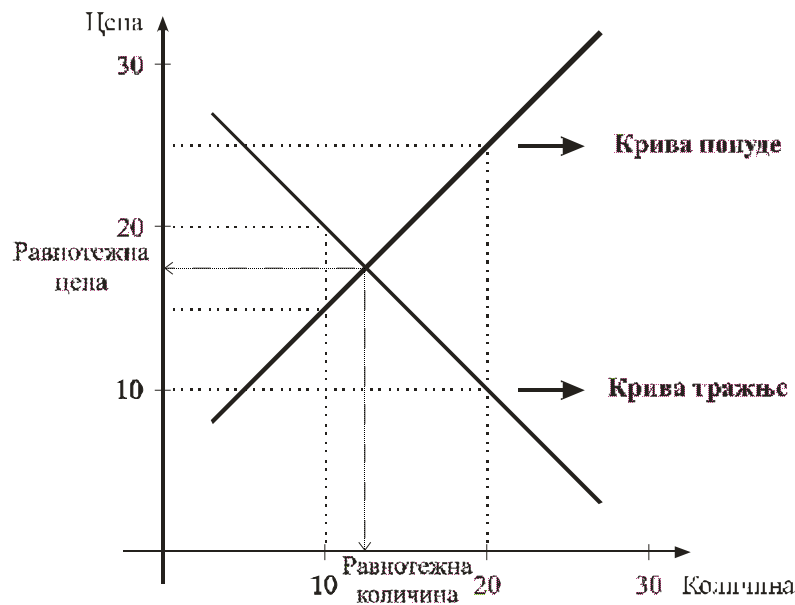
Цене инпута. Када се повећава цена једног или више инпута, производња је мање профитабилна, и понуда предузећа се смањује. Ако се цене инпута знатно повећају предузеће може да у потпуности престане са производњом датог добра. Дакле, понуда неког добра стоји у негативној корелацији са ценом инпута који се користи за његову производњу.

Технологија за претварање инпута у неко добро представља још једну компоненту понуде. Унапређењем технологије, предузеће смањује трошкове производње, тиме чини производњу профитабилнијом и повећава своју понуду.

Очекивања. Уколико предузеће очекује да ће се у будућности потрошња неког добра повећати, оно ће ускладиштити део своје текуће производње и данас понудити мању количину на тржишту.

5.5. Понуда и тражња – тржишна равнотежа

Поставља се питање како понуда и тражња одређују количину неког добра које се продаје на тржишту и његову цену. График приказује и криву тржишне понуде у криву тржишне тражње. Тачка у којој се криве понуде и тражње секу зове се **тржишна равнотежа**. Цена одређена у овом пресеку зове се **равнотежна цена**, а количина се зове **равнотежна количина**.



Тржишна равнотежа

При равнотежној цени, количина добара коју су купци спремни да купе потпуно се подудара са количином добара коју су продавци спремни да продају.

Поступци продаваца и купаца природно померају тржишта ка равнотежи понуде и тражње. Уколико предпоставимо да је цена виша од равнотежне цене, онда су продавци спремни да понуде већу количину добара од равнотежне, да би зарадили више по овој већој цени. Постоји вишак добара: продавци нису у стању да продају све што желе при важећој цени. **Вишак добара се назива ситуацијом прекомерне понуде.** Кад постоји вишак на тржишту продавци располажу добрима која би желели да продају али не могу због високе цене. Они реагују на вишак тако што смањују цене. Пад цене, са друге стране повећава

тражену количину и смањује понуђену количину. Цене и даље падају све док тржиште не достигне равнотежу.

Ако се сад предпостави да је цена нижа од равнотежне цене, постоји мањак понуде, тј. тражена количина мања је од понуђене количине. Купци нису у стању да купе све што желе по вежећој цени. **Мањак се понекад назива ситуацијом прекомерне тражње.** Када се мањак деси на тржишту превише купаца жели да купи добра која су у малом обиму на располагању, онда продавци треба да реагују на мањак тако што ће повећати цене, а да при том не смање продају. Ако цена расте тражена количина опада, понуђена количина се повећава, а тржиште се помера ка равнотежи.

Дакле, активности многих купаца и продаваца аутоматски померају тржишну цену ка равнотежној цени. Када тржиште достигне равнотежу, сви купци и продавци су задовољни и не постоји притисак на цену да расте или да се смањује. Брзина достизања равнотеже разликује се од тржишта до тржишта, у зависности од брзине са којом се прилагођавају цене. На већини слободних тржишта, вишкови и мањкови су само привремени, јер се цене на крају померају ка својим равнотежним нивоима. Заиста, ова појава је толико свеприсутна да се зове **закон понуде и тражње: цена сваког добра се прилагођава како би понуђену и тражену количину након добра довела у равнотежу.**

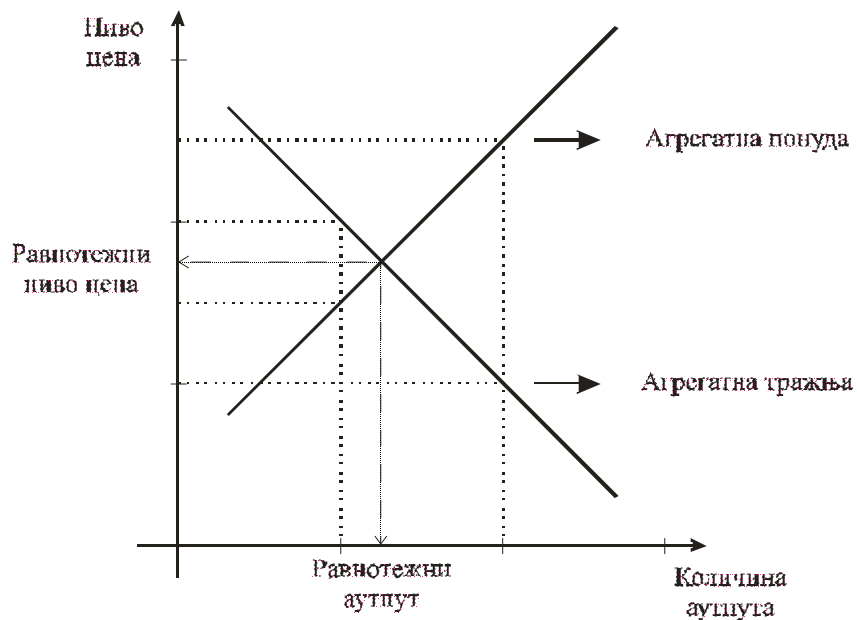
Наравно, равнотежна цена и количина зависе од положаја кривих понуде и тражње. Када неки догађај помери неку од ових крива, равнотежа на тржишту се мења. Померање криве понуде или криве тражње, или, можда, обе криве, користи се као инструмент да се утврди како тај догађај утиче на промену количине која се продаје у равнотежи и цену по којој се добро продаје. Померање криве тражње може бити изазвано, на пример, порастом дохотка, тај пораст утиче на потаст тражње, и самим тим се и крива тражње помера удесно. Као што се очекује пораст дохотка доводи до тога да ће потрошачи бити спремни да плате вишу цену а произвођачи да произведи већу количину. Крива понуде се рецимо помера због пада цена сировина. Пад цена сировина утиче да се крива понуде помера удесно, што смањује трошкове условљавајући нижу цену и већу продају, тј. количину.

6. Агрегатна понуда и тражња

Економска активност из године у годину флукуира. У већини година, производња добара и услуга се повећава. Због пораста радне снаге и капитала и напретка технолошког знања, економија је у стању да временом произведе све више. Тај пораст свима омогућава бољи животни стандард. У појединим годинама, међутим не долази до оваквог уобичајеног раста. Предузећа нису у стању да продају сва добра и услуге која могу да понуде, па смањују производњу. Радници се отпуштају, незапосленост расте, а фабрике престају да производе. Када економија производи мање добара и услуга, опада реални друштвени бруто производ и остали показатељи дохотка. Такав период опадања дохотка и растуће незапослености зове се **рецесија**, ако је релативно благ, а уколико је изразитији онда **депресија**.

Флукуације у економији често се називају пословним циклусом. Као и што сам термин указује, **економске флукуације** одговарају променама услова пословања.

Краткорочне економске флукуације се као целина могу анализирати уз помоћ **модела агрегатне понуде и агрегатне тражње**, који је приказан на следећем графику:



Модел равнотежне агрегатне понуде и тражње

На вертикалној оси налази се општи ниво цена у економији. На хоризонталној оси представљена је укупна количина добара и услуга. **Агрегатна тражња** је укупна количина добара и услуга коју домаћинства, предузећа и влада желе да купе при сваком нивоу цена. **Агрегатна понуда** је количина добара и услуга коју предузећа производе и продају при било ком нивоу цена. Према овом моделу, ниво цена и количина аутпута се прилагођава, како би агрегатну тражњу и агрегатну понуду довели у равнотежу.

6.1. Основна обележја криве агрегатне тражње

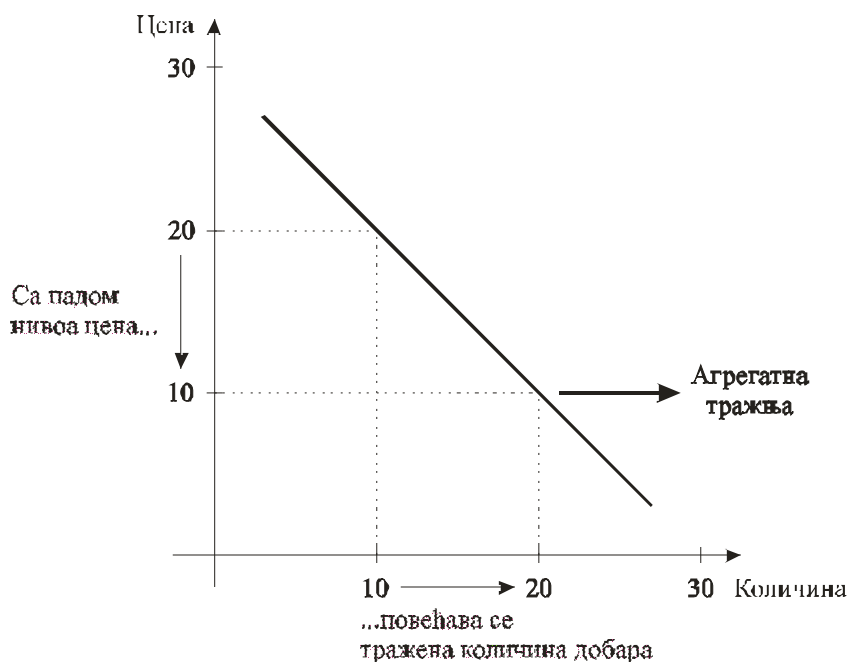
Крива агрегатне тражње (АД) показује нам тражену количину свих добара и услуга у економији при било ком нивоу цена. Као што показује график крива агрегатне тражње има опадајући нагиб. Под условом да је све остало непромењено, то значи да пад општег нивоа цена у економији обично повећава тражену количину добара и услуга.

Зашто пад новог цена повећава тражену количину добара и услуга? Да би се одговорило на ово питање, корисно је да се подсети да друштвени бруто производ (који се овде означава са Y) представља збир потрошње (C), инвестиција (I), државних издатака (G), и нето извоза (NX):

$$Y = C + I + G + NX$$

Свака од ове четири компоненте доприноси агрегатној тражњи за добрима и услугама. Уколико се претпостави да су државни издаци одређени политиком, може се анализирати како остале компоненте утичу на промену агрегатне тражње.

- **Ниво цена и потрошња: ефекат богатства.** Ако се анализира новац који се држи у новчаницима и банковним рачунима. Номинална вредност тог новца је фиксна али његова реална вредност није. Када цене опадају, новац постаје вреднији јер се њиме може купити већа количина добара и услуга. Дакле, реална вредност новца расте. Пад нивоа цена чини потрошаче богатијим, што их наводи да више троше. Пораст личне потрошње значи и већу тражену количину добара и услуга.
- **Ниво цена и инвестиције: ефекат каматних стопа.** Ниво цена представља једну од детерминанти тражене количине новца. Када ниво цена расте, реалне залихе новца опадају, а као последица тога раст каматне стопе увећава трошкове инвестирања. Услед тога квантитет агрегатне тражње опада. И обрнуто, ниже каматне стопе подстичу произвођаче да узимају кредите које желе да инвестирају у нова постројења и опрему, а домаћинства инвестирају у стамбену изградњу и трајна добра. У овом случају нижи ниво цена у економији смањује каматну стопу, подстиче значајне привредне и непривредне инвестиције, чиме се повећава и тражена количина добара и услуга.
- **Ниво цена и нето извоз: ефекат девизног курса.** Промена реалног девизног курса (релативне цене домаћих и иностраних добара) утиче на промену количине извоза добара и услуга. Дакле, када пада ниво цена, и изазове пад каматних стопа, долази до пада вредности домаће валуте, тј. реални девизни курс депресира, управо то стимулише нето извоз, чиме се повећава тражена количина добара и услуга. Нето извоз је разлика између извоза и увоза. У обрнутом случају, када долази до јачања домаће валуте у односу на страну (реални девизни курс апресира), повећаће се цене домаћих производа у иностранству што ће дестимулативно утицати на нето извоз, тј. он ће опадати.



Крива агрегатне тражње

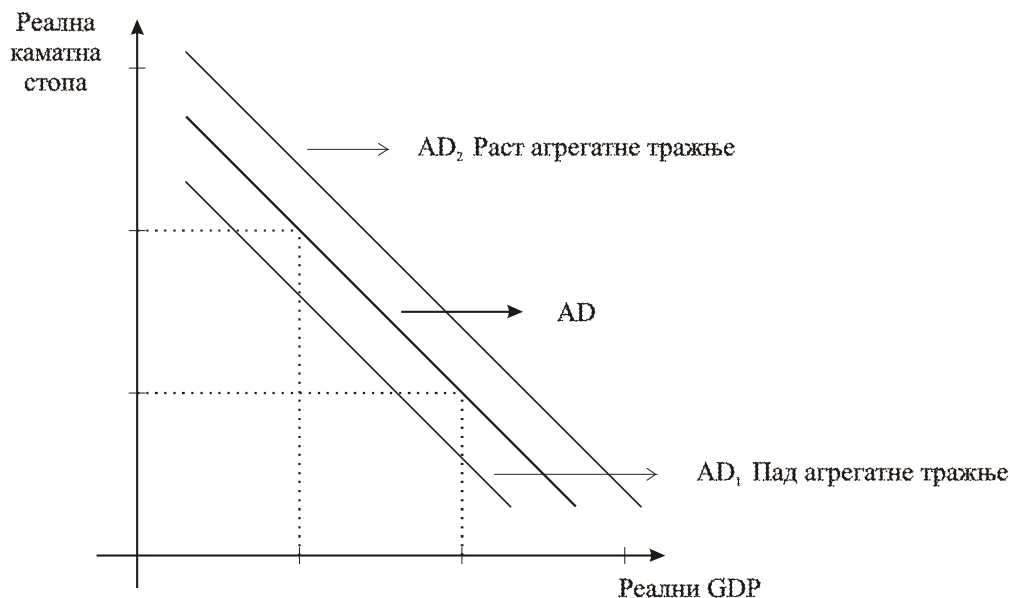
6.2. Могући разлози померања криве агрегатне тражње

Опадајућа крива агрегатне тражње показује да пад нивоа цена повећава укупну тражену количину добара и услуга. Многи други фактори, међутим, утичу на тражену количину добара и услуга при датом нивоу цена. Када се промени један од тих фактора, крива агрегатне тражње се помера.

Померања која настају услед потрошње. Уколико се претпостави да становништво почне да води рачуна о штедњи за пензију, и да сходно томе, смањује своју тренутну потрошњу. Пошто је тражена количина добара и услуга сада мања при било којој цени, крива агрегатне тражње опада (тј. помера се улево). Обрнуто, уколико на пример, процват берзе учини људе богатијима, они мање воде рачуна о штедњи. Резултати повећања издатака за потрошњу значиће већу тражену количину добара и услуга при било којем нивоу цена, па се крива агрегатне тражње помера удесно, тј. агрегатна тражња се повећава.

Померања која настају услед инвестиција. Сваки догађај који мења износ који предузећа желе да инвестирају за дати ниво цена, такође помера криву агрегатне тражње. На пример уколико компјутерска индустрија избаци бржи тип компјутера, многе компаније одлучују да инвестирају у модернизацију компјутерског система. Пошто је тражена количина добара за било који ниво цена већа, крива тражње се помера удесно. Обрнуто ако су предузећа песимистична и погледу будућих економских услова, могу да смање инвестиције, чиме се крива агрегатне тражње помера улево.

Померања која настају услед државних издатака. Најнепосреднији начин на који креатори економске политике могу да помере криву агрегатне тражње јесте путем државних набавки. На пример, уколико влада донесе одлуку да смањи набавку нафтног гаса, то ће значити да се смањује тражена количина тог добра за било коју понуђену цену, а крива агрегатне тражње се тиме помера улево. Обрнуто, ако владе држава почну да граде више аутопутева, резултат је већа тражена количина добара и услуга за било који ниво цена, па се крива агрегатне тражње помера удесно.



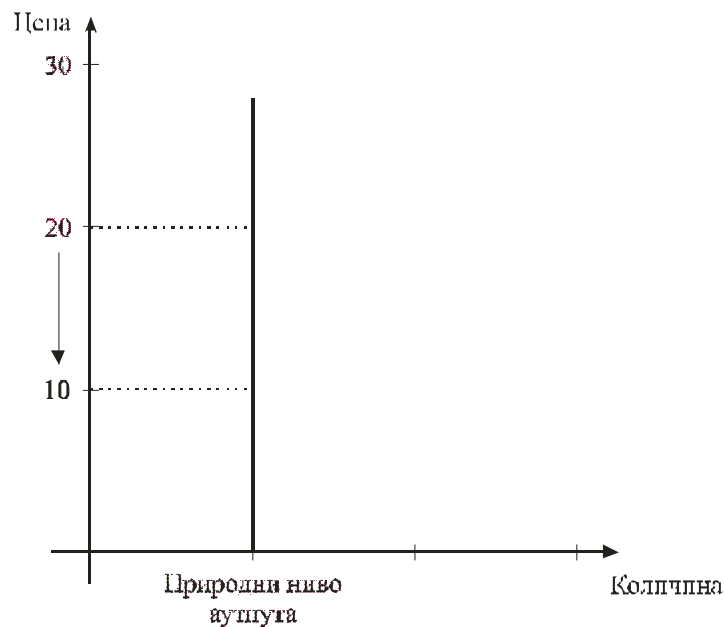
Померање криве агрегатне тражње

Померања која настају услед нето извоза. Сваки догађај који мења нето извоз за дати ниво цена помера и агрегатну тражњу. На пример, када Америка западне у рецесију, њени становници купују мање добара из Европе. То смањује нето извоз из европских земаља у Америку и тиме се крива агрегатне тражње помера улево. Обрнуто, када се америчка привреда опорави од рецесије, њени становници почињу поново да купују европске производе и услуге, па се крива агрегатне тражње помера удесно.

6.3. Основна обележја криве агрегатне понуде

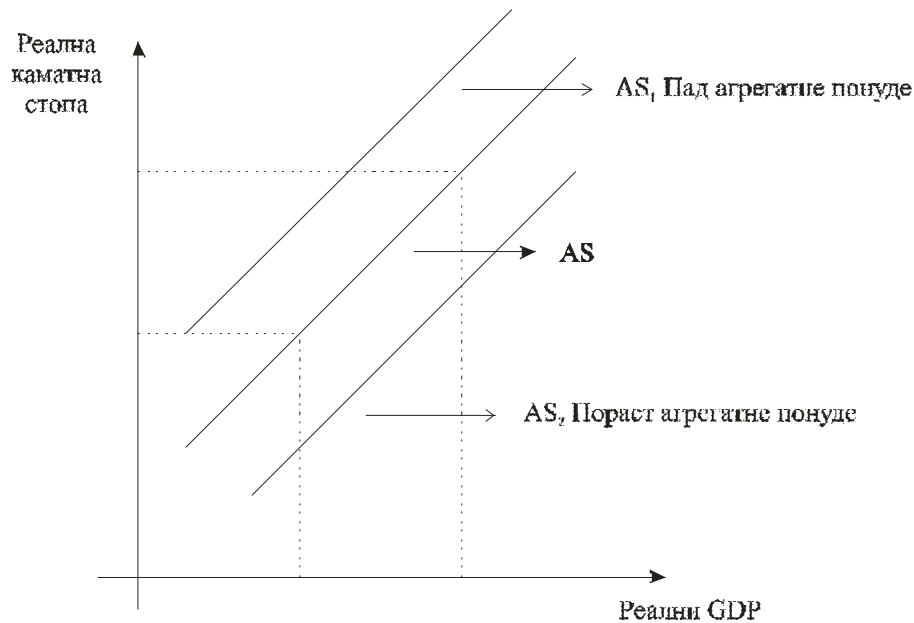
Крива агрегатне понуде (AS) представља укупну количину добара и услуга коју је национална привреда (пословни сектор) вољан да произведе и понуди, за одређени ниво цена, у датом временском периоду. За разлику од криве агрегатне тражње, која је увек опадајућа, крива агрегатне понуде показује однос који у највећој мери зависи од временског хоризонта који се разматра. *На дуги рок, крива агрегатне понуде је вертикална, док на кратки рок, крива агрегатне понуде има узлазни нагиб.*

Зашто је крива агрегатне понуде вертикална на дуги рок? На дуги рок, производња добара и услуга у економији (њен реални БДП), зависи од понуде рада, капитала и природних ресурса, као и од расположиве технологије која се користи за трансформације ових фактора производње у добра и услуге. Пошто ниво цена не утиче на ове дугорочне детерминанте реалног БДП-а, крива агрегатне понуде на дуги рок је вертикална, као на графику. Другим речима, на дуги рок, рад, капитал, природни ресурси и технологија једне привреде одређују укупну понуђену количину добара и услуга, а та понуђена количина је једнака, без обзира на понуђени ниво цена. **Једноставно понуђена количина инпута у једној привреди не зависи од нивоа цена и зато је крива агрегатне понуде вертикална на дуги рок.**



Крива агрегатне понуде на дуги рок

Зашто крива агрегатне понуде има узлазни нагиб на кратак рок? Током периода од једне или две године, пораст општег нивоа цена у економији обично изазива пораст понуђене количине добара и услуга, стога је крива агрегатне понуде на кратак рок растућа. Због промена радне снаге, капитала, природних ресурса или технолошког знања, долази до померања и криве агрегатне понуде. На пример, када се због пораста капитала у привреди повећава продуктивност (продуктивност је захтев да се са датом количином инпута оствари максимална количина производа), криве понуде и у кратком и у дугом року се померају удесно. Када се због пораста минималне зараде повећава природна стопа незапослености, криве понуде и у кратком и у дугом року се померају улево.



Померање криве агрегатне понуде

Како агрегатна понуда зависи превасходно од нивоа цена, то је и крива агрегатне понуде одређена величином домаћег производа, у односу на ниво цена. Када је домаћи производ једнак свом природном обиму, ниво цена у потпуности одговара очекиваном нивоу цена. Но, у условима пораста очекиваног нивоа цена, крива агрегатне понуде помера се према горе, док смањење очекиваног нивоа цена помера криву агрегатне понуде према доле.

Дакле, агрегатна понуда зависи од нивоа цена које пословни сектор може одредити, и од капацитета привреде или потенцијалног аутпута. Потенцијални (природни) аутпут, тј. производ представља количину добара и услуга коју једна привреда може да произведе уз стабилне цене. Потенцијални (природни) производ одређен је расположивим производним инпутима (где су рад и капитал најважнији) и ефикасношћу којом се ти инпути комбинују (тј. технологијом друштва).

Уколико је обим производње у привреди изнад потенцијалног производа, долази до општег раста нивоа цена. Када ниво цена опадне испод очекиваног, обим производње се смањује испод потенцијалног производа, јавља се незапосленост и недовољно коришћење капацитета – неефикасност привреде. Према томе, стварни обим производње може бити изнад и испод потенцијалног производа, када ниво цена одступа од очекиваног у кратком периоду. Пораст општег нивоа цена у економији, обично условљава пораст понуђене

количине роба и услуга, и тиме доводи до померања криве агрегатне понуде удесно, док пад општег нивоа цена смањује понуђену количину добара и услуга и помера криву агрегатне понуде улево. **Повећање производних могућности привреде, тј. раст потенцијалног производа, доводи до померања криве агрегатне тражње удесно, при вишем нивоу цена. Наравно важи и обрнуто. Можемо закључити: у краткорочном периоду, количина аупута одступа од свог дугорочног природног нивоа, када ниво цена одступа од очекиваног.**

6.4. Разлози померања криве агрегатне понуде (AS)

Очекивања везана за инфлацију. Битан фактор који утиче на померање криве агрегатне понуде су очекивања редника везана за инфлацију. Пошто виши ниво цена смањује куповну моћ радничких плата, ако радници очекују да ће се ниво цена подићи у будућности, они ће преговарати за веће плате да би тиме надокнадили веће трошкове живота. Пошто у случају вишег нивоа цена радници траже веће номиналне зараде (тј. зараде које су прилагођене инфлацији) за целокупну радну снагу, то директно значи веће трошкове инпута. Када се трошкови инпута увећавају долази до померања криве агрегатне понуде улево. **Крива агрегатне понуде се помера улево када дође до промене цена инпута, тј. када инпуту поскупљују независно од тражене количине.**

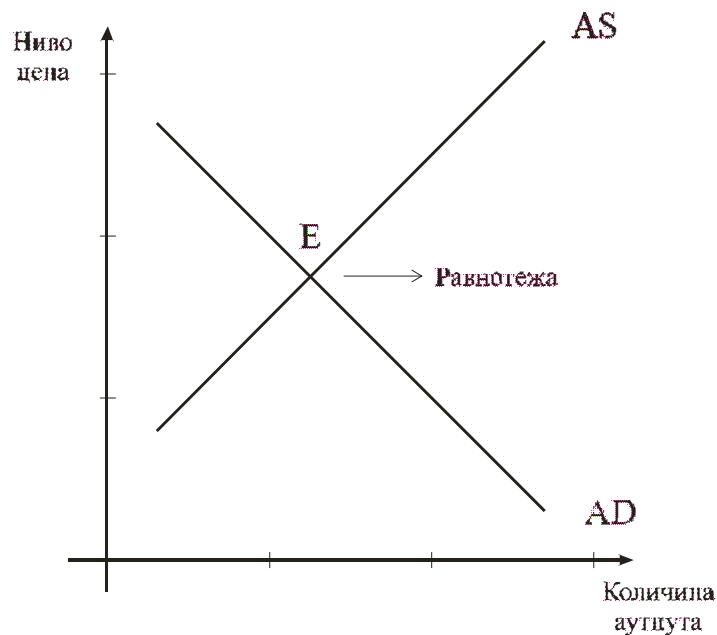
Промене у продуктивности такође утичу на цену производње независно од тражње. На пример, када се повећава продуктивност рада, предузећа могу да произведу више са истим бројем радника и тако смање цену производње. Пораст продуктивности помера криву агрегатне понуде удесно.

Постоје и други фактори који могу утицати на померање криве агрегатне понуде. Неповољни шокови у области понуде (изненадни пораст цена инпута у производњи) изазвани појавом као што су: природне катастрофе, понекад у снабдевању нафтом или велики пољопривредни губици, померају AS криву улево, а изненадни пад ће је померити удесно.

6.5. Крива агрегатне тражње и понуде и макроекономска равнотежа (AS-AD модел) у краткорочном периоду

Криве понуде и тражње се користе као помоћ у анализи макроекономке равнотеже.

Коришћење агрегатне понуде и тражње објашњава како монетарна експанзија води расту цена и вишем нивоу производње. Такође се може видети зашто побољшана ефикасност може допринети већем производу и nižем нивоу цена.



Макроекономска равнотежа у краткорочном периоду

1) Опадајућа крива је крива агрегатне тражње или **AD** крива. Она представља оно што би различити ентитети у привреди, потрошачи, пословни свет, странци и владе, купили при различитом нивоу цена, уз остале непромењене чиниоце који делују на тржишту.

2) Опадајућа крива је крива агрегатне понуде или **AS** крива. Она представља количину производа и услуга коју је пословни сектор вољан да произведе и прода при свакој цени.

3) **Макроекономска равнотежа.** Анализом понуде и тражње, уочавају се равнотежне вредности цене и количине. Цела привреда је у равнотежи у тачки **E**. Такође су и сва тржишта у равнотежи: тржиште добара, тржиште рада и финансијско тржиште. Да је тржиште рада у равнотежи приозилати из чињенице да тачка **E** лежи на криви агрегатне понуде. Да су тржишта добара и финансијско тржиште у равнотежи приозилази из чињенице да тачка **E** лежи на криви агрегатне тражње. Равнотежни ниво домаћег производа и цена дат је координатама Y и P .

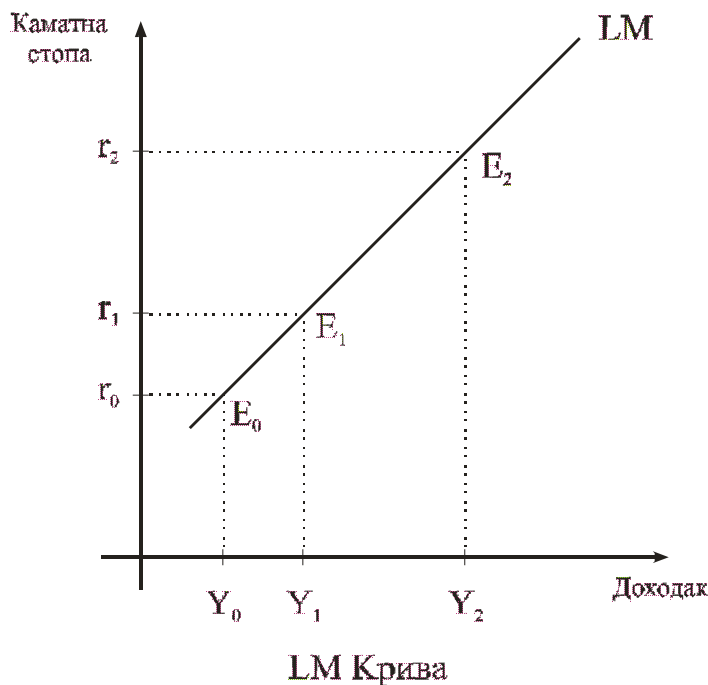
6.6. Тржиште добара и финансијска тржишта: IS – LM модел

Равнотежа на тржишту новца је описана кривом **LM**. Крива **LM** показује све комбинације прилива и одлива новца и каматних стопа са којима је тржиште новца у равнотежи. Слова **LM** означавају **ликвидност** (способност одређеног субјекта да измири своје обавезе у року доспећа) и **новац**.

Каматна стопа детерминише на који начин ће људи распоредити свој расположиви новац. **Што је каматна стопа већа, мање ће новца држати код себа, а више на рачунима** где могу да за уложени новац остваре одређену камату. **Што је каматна стопа мања, људи**

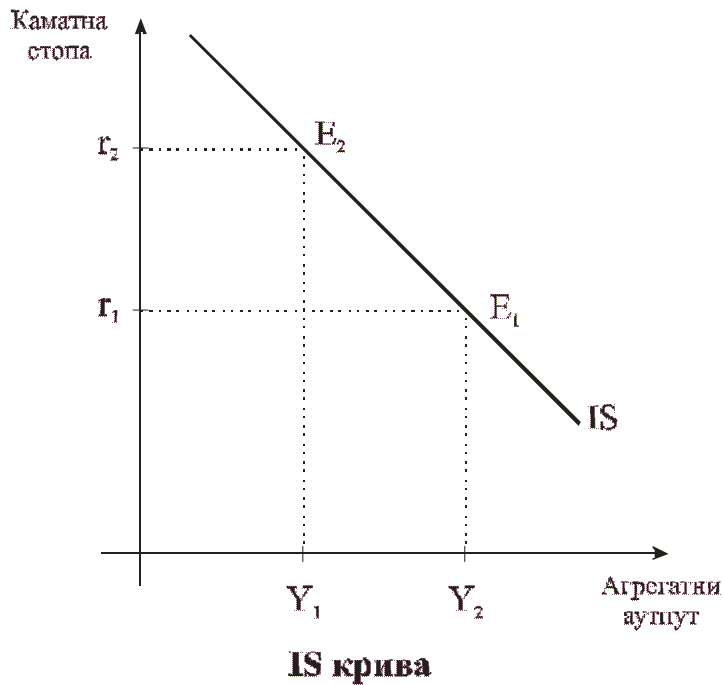
се опредељују да више новца држе код себе. Може се закључити да је однос тражње за новцем и каматна стопа обрнуто пропорционалан. Како каматна стопа пада, тако расте тражња за новцем.

Извођење LM криве. Крива LM показује све комбинације нивоа прихода-дохотка и каматних стопа у којима је тржиште новца у равнотежи. Код позитивног нагиба криве LM, равнотежна каматна стопа и ниво дохотка (прихода) су директно повезани. Како доходак расте, људи траже више новца, тј. пораст дохотка је повезан са порастом каматне стопе, и обрнуто. Крива LM је изведена за дату понуду реалног новчаног капитала. Смањење понуде реалне количине новца помера криву LM нагоре, док пораст реалне количине новца помера криву LM на доле.



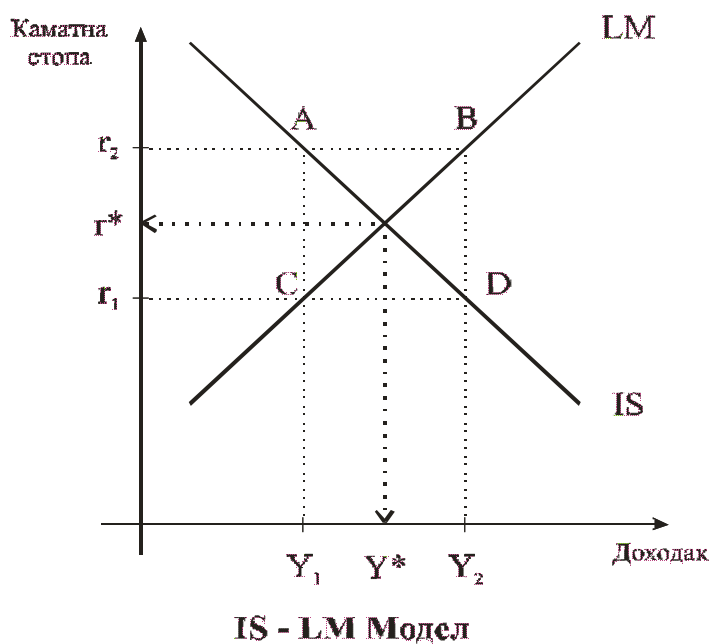
Извођење IS криве. Крива IS показује све комбинације реалних каматних стопа и дохотка (прихода) где је тржиште добара у равнотежи. Равнотежа на тржишту добара подразумева да пораст каматне стопе доводи до пада домаћег производа. **IS крива је опадајућа.** Изведена је за дату фискалну политику. Стога, промене у фискалној политици које повећавају тражњу роба и услуга померају криву IS удесно, док мере фискалне политике које смањују тражњу добара померају криву IS улево.

Слова IS означавају **инвестиције и штедњу**. Ако реална каматна стопа расте, трошкови инвестиција ће расти, и фирме ће мање позајмљивати капитал, али ће смањити и инвестиције. И обрнуто, када реалне каматне стопе падају – фирме више инвестирају. IS крива пада на доле и удесно зато што пад реалне каматне стопе узрокује пораст инвестиција, које кроз процес мултипликатора стварају већи доходак. Са друге стране, пораст каматне стопе доводи до пада домаћег производа. IS крива описује тачке равнотеже на тржишту добара. Због тога су дуж целе криве IS инвестиције једнаке штедњи, па се, и због тога зове IS крива.



6.7. Равнотежа у IS – LM моделу

LM крива са позитивним нагибом показује све тачке равнотеже тржишта новца. Негативно нагнута IS крива даје све тачке равнотеже тржишта добара. Тачка пресека ових крива E је једина тачка опште равнотеже за оба тржишта. Повезивање IS и LM крива подразумева повезивање стања равнотеже на два засебна тржишта. На основу LM криве зна се да свакој висини домаћег производа одговара каматна стопа при којој се изједначавају понуда и тражња новца. На основу IS криве зна се да свакој конкретној висини каматне стопе одговара величина домаћег производа, при којој се изједначавају штедња и инвестиције.



Уколико је каматна стопа висока r_1 , формира се низак домаћи производ Y_1 при равнотежној тачки А, где се испољава равнотежа на тржишту новца. При ниском домаћем производу Y_1 једнакост понуде и тражње новца може се остварити у тачки С, уз ниску каматну стопу r_2 . Зато каматна стопа опада са r_1 на r^* . У међувремену расте домаћи производ, условљен растом инвестиција и агрегатном тражњом. Друга солуција је: ниска каматна стопа r_2 и високи домаћи производ Y_2 , обезбеђују равнотежу на тржишту у тачки D. Али, ту је успостављена неравнотежа новчаног тржишта ($D_m > S_m$). Равнотежа се може успоставити у тачки В како расте каматна стопа од r_2 до r^* , због чега се смањује домаћи производ, опадају инвестиције и агрегатна тражња, и поново успоставља равнотежа у тачки Е.

IV ОСНОВНИ ПОЈМОВИ МИКРОЕКОНОМИЈЕ

Микроекономија проучава привредне субјекте (предузећа и домаћинства) са становишта трошкова производње, формирања и респоделе трошкова и штедње, формирања цена, производње и дистрибуције роба и услуга, појединачна тржишта, индивидуалну штедњу и акумулацију, животни стандард и личну потрошњу итд.

1. Предузеће

Предузеће је основни привредни субјект, који се оснива ради стицања добити. Циљна функција предузећа је добит, односно профит. Ово карактерише све правне форме предузећа. Предузећа организује производњу, нуде на тржишту одређене количине роба (готових производа) и услуга, настојећи да максимизирају своје профите. Када одлучују о производној понуди, предузећа се труде да своје производе (услуге) продају по таквим ценама, како би покрили цене коштања (односно укупне трошкове производње и промета по јединици производа) и остварили одређени износ добити (на пример 10% у вредности цене коштања).

Предузеће је темељна институција тржишне привреде, па се може поставити необично питање зашто предузећа постоје. Издвајају се три одговора на питање зашто предузећа постоје. Предузећа постоје због: 1.) предности специјализације; 2.) редукције ризика и неизвесности; и 3.) минимизирања трансакционих трошкова. Сваки од одговора на питање зашто предузећа постоје утемељени су на одређеној теорији, која предузеће дефинише и анализира из другачије перспективе.

1.1. Предности специјализације

Привреда може да постоји без предузећа. У привредама које су предходиле робно-новчаној, домаћинства су била самодовољна, односно производила су за себе. Предузећа су настала кад су домаћинства престала да буду самодовољна, и када су почела да производе за друге односно за размену. Специјализација има двоструко значење. **Специјализација значи радити само један посао.** Када се ради само један посао, онда се ради за размену. **Стога, специјализација, истовремено, значи радити или производити за другог. Производити за другог значи производити за размену.** Предузећа настају са појавом тржишне привреде, када су домаћинства почела да се специјализују у једној врти производње, и да своје производе размењују на тржишту.

Специјализација је настала као резултат поделе рада, тј. дељења процеса рада на велики број посебних радних задатака. У том смислу, **сваки радник се специјализује, и**

постаје експерт за обављање једног, конкретног посла, што омогућава да се сваки посао обавља брже, квалитетније, стручније, уз ниже трошкове и веће уштеде, односно ефикасније.

1.2. Редукција ризика и неизвесности

Предузећа постоје због редукције ризика и неизвесности. Ризик и неизвесност се минимизирају, збиг асиметричне дистрибуције ризика и неизвесности између власника-менаџера предузећа и запослених. Власник-менаџер и запослени не сnose исти степен ризика и неизвесности. Власник-менаџер сноси већи ризик и неизвесност од **запослених, који траже стабилне, релативно сигурне плате**. Власник-менаџер пружа запосленима заштиту од ризика и неизвесности, уговарајући са њима плате, чији износ не зависи од могуће промене пословних резултата. Запослени су, на тај начин, бар делимично, заштићени од случајних промена пословних резултата, које су последица ризика и неизвесности.

Зашто власник-менаџер прихвата да сноси већи ризик од запослених? Власник-менаџер прихвата да сноси већи ризик и неизвесност од запослених, зато што је његов улог у предузећу већи од улога запослених. Али, у замену за сношење ризика, **власник-менаџер захтева контролу и управљање. Контрола и управљање постају метод за редукцију ризика**. Ризик и неизвесност се редукују због контроле у управљања које обавља власник-менаџер. Због сношења већег ризика и неизвесности од запослених, власник-менаџер потражује укупан остатак профита, који се добија када се од остварене продаје исплате запослени и покрију остали издаци. **Профит, који остварује власник-менаџер, последица је редукције ризика и неизвесности, и разлог због кога предузећа настају и постоје**.

1.3. Минимизирање трансакционих трошкова

Предузећа постоје да би минимизирала трансакционе трошкове. Предузећа учествују на тржишту купујући ресурсе и продајући добра и услуге. **Учешће на тржишту, било у улози купца или продавца није бесплатно. Јављају се трошкови размене, односно трошкови тржишних трансакција. То су трансакциони трошкови**. Трансакциони трошкови су: трошкови прикупљања информација о предмету размене (цена, квалитет, услови набавке); трошкови преговарања купца и продавца, који настају да би се постигнути договор или уговор испунио. Прикупљање информација може да буде веома скупо, јер информације коштају. Договору претходе преговори између купца и продавца. Уколико преговори дуже трају, трошкови преговарања су виши. Трошкови прикупљања информација и трошкови преговарања резултат су инперфектности тржишта и ограничене рационалности, а трошкови који настају да би се постигнути договор испунио, последица су опортунистичког понашања.

Трансакциони трошкови се минимизирају интернализовањем трансакција. Интернализовање трансакција значи да се трансакције обављају у предузећу, а не преко тржишта. Интернализовање трансакција резултат је одлуке купити или правити. Одлука купити или правити односи се на избор предузећа да ли да трансакције обавља преко тржишта или да трансакције обавља самостално, као потпуно вертикално интегрисано предузеће. Интернализовање трансакција резултат је настојања да се трансакциони трошкови

смање. **Предузећа постоје зато што се интернализовањем трансакција минимизирају трансакциони трошкови.**

1.4. Мултинационално и глобално предузеће

Мултинационално предузеће издваја се, као посебна врста предузећа, због његовог значаја у међународној привреди, а пре свега, због његове улоге у међународној размени и финансијама. Чињеница је да је годишњи приход једног од највећих мултинационалних предузећа већи од бруто друштвеног производа мање земље. Развијене тржишне привреде, јасно говоре о значају мултинационалних предузећа и њиховом утицају на глобалну алокацију ресурса. Трошкови обављања послова, или прецизније, производње на страном тржишту су високи. Међутим, мултинационална предузећа су, и поред тога, ефикаснија од домаћих предузећа, која немају трошкове уласка и трошкове пословања на страном тржишту. Један од резлога ефикасности мултинационалних предузећа је супериорна технологија и способност управљања, али и предност власништва, предност локације и предност интернализовања активности. **Мултинационална и глобална предузећа настају као производ процеса интернационализације, односно глобализације.**

1.5. Интернационализација предузећа

Свако предузеће које обавља активности на домаћем и иностраном тржишту је интернационално предузеће. Мотиви интернационализације предузећа су бројни, а најважнији су: приступ новим тржиштима, снижавање трошкова, раст продаје и приступ ресурсима страних земаља. Интернационализација предузећа је скупа. Стога одлука о интернационализацији треба да се донесе на основу одмеравања предности и трошкова које интернационализација доноси.

1.5.1. Врсте интернационалних активности

Најпопуларније врсте интернационалних активности предузећа су: 1) извоз; 2) уступање лиценце; 3) заједничка улагања и стратегијске алијансе; 4) аквизиције; 5) директне стране инвестиције, тј. изградња фабрике у власништву на страном тржишту.

Извоз. Извоз је најједноставнија интернационална активност. То је продаја производа директно или преко посредника на страном тржишту. Предности које предузеће остварује извозом су очигледне – ширење тржишта, раст продаје и прихода. Кад су очекиване предности веће од трошкова продаје на страном тржишту, предузеће може да извози директно или преко посредника, односно дистрибутера. Извоз преко дистрибутера је релативно једноставан и брз начин да се оствари присуство на страном тржишту, због тога што дистрибутер познаје локално тржиште, језик, прописе и најбољи начин како да прода производе.

Лиценце. Уговор о лиценци предузеће-лицензор, за одговарајућу новчану накнаду, уступа предузећу у иностраној земљи право да користи специфично техничко знање, тј. know-how у производњи или продаји производа. Ову интернационалну активност користе

предузећа која имају познато трговачко име или марку производа, а немају довољно ресурса да доректно финансирају улазак на страно тржиште. Предности уступања лиценце страном предузећу састоје се у томе што предузеће-лицензор не сноси ризик покретања производње на страном тржишту, јер производњу организује и обавља страно предузеће, купац лиценце. Али предузеће лицензор може да буде изложено комерцијалном ризику који зависи од договореног начина плаћања за лиценцу. Разликују се два начина плаћања за лиценцу: подела профита од продаје, и плаћање на основу обима, тј. када комерцијални ризик углавном сноси купац лиценце.

Заједничка улагања и стратегијске алијансе. Предузећа из различитих земаља улажу капитал и формирају заједничку фирму. Профит се дели сразмерно уложеном капиталу, а предузећа имају потпуну контролу над заједничком фирмом. Односи између предузећа су равноправнији него код уступања лиценце. Заједничко улагање омогућава предузећу да уђе у страну земљу, у којој је на пример, забрањено да странци имају власништво. Основни недостатак заједничког улагања је ризик дељења информација и одавања know-how-a, и већи потребан капитал, него код уступања лиценце.

Трошкови стратегијске алијансе са страним партнером нижи су у односу на трошкове заједничког улагања, зато што предузећа сарадници не морају да формирају нову фирму, па изостају трошкови изградње производног погона. Опасност одавања пословних тајни је минимална, посебно ако предузећа-сарадници обављају активности на различитим деловима вертикалног ланца вредности, односно ако један партнер има контролу над једном, а други партнер над другом фазом процеса производње.

Аквизиција. Аквизиција је куповина предузећа на страном тржишту. Она је релативно брз начин да се уђе на страно тржиште. Аквизицијом се остварује потпуна контрола над страним предузећем. Покретање производње је релативно једноставно јер капацитети већ постоје, а изостаје и потреба за тражењем дозвола и задовољавањем потреба разних интересних група, и група за пристанак на тржишту стране земље. Синергијске користи аквизиције настају када се купује страно предузеће са комплементарном линијом производа и широком дистрибутивном мрежом. Негативни ефекти настају уколико два предузећа имају сасвим различити пословну културу, што отежава њихову хармонизацију, односно интеграцију.

Изградња фабрике у власништву. Изградњом производног погона у страниј земљи, предузеће може да оствари све предности власништва од којих је, потпуна контрола над сваким сегментом пословања, најзначајнија. Ова активност је далеко сложенија и скупља од аквизиције, али има предности, које се огледају у већој самосталности код изградње фабрике, избору добављача и запошљавању радне снаге. Ова метода се назива **метода директних страних инвестиција**.

1.5.2. Дефиниција и предности мултинационалних предузећа МНП

МНП је врста интернационалног предузећа које има власништво, контролу и управља средствима у најмање две земље. МНП гради производне капацитете и обавља производњу/продају у страним земљама. МНП има филијале, у власништву, у већем броју земаља, између којих се перманентно врши трансфер информација, добара, капитала, људи и знања. МНП је сталан ток производа, новца и знања од централе ка филијалама, од филијала

према свету, и назад, ка централи. Да би се предузећа сврстало у МНП мора да има више од 25% сопствених средстава у две или више страних земаља, и да остварује више од 25% прихода или профита у две или више страних земаља.

Извор ефикасности МНП су основа њиховог успеха на међународном тржишту, али истовремено и разлози због којих мултинационална предузећа настају. Три основна разлога настанка МНП су:

1. **Предности власништва.** Предности власништва над ресурсима у страниј земљи су значајан извор ефикасности МНП. То су предности које предузећа остварује због величине капацитета на страним тржиштима, што омогућава не само ниже просечне трошкове, већ рационализацију производње на глобалном нивоу: компоненте и полупроизводи се праве у једном делу света, производ се финализира, рекламира, дистрибуира и продаје у другим деловима света. А предузеће има потпуну контроли над свим активностима, која је резултат власништва.

2. **Предности локације.** Неки ресурси, као на пример, нафта, лоцирани су само у одређеном делу света. Исто тако поједини ресурси јефтинији су у другим деловима света. Основни разлог лицирања активности предузећа на тржишту неке замље су реткост, или нижа цена, ресурса. Избор локације омогућава МНП да своје активности обављају у земљама где су цене одређених ресурса најниже. МНП може да производи на локацијама, где су најниже цене сировина, капитал да набавља на локацијама где су најповољнији услови за набавку капитала, а да продаје на локацијама где су цене производа највише. Локација има важну улогу у привлачењу МНП. Наке земље да би привукле МНП нуде разне врсте повластица, посебно, код изградње инфраструктуре, или пореске олакшице, стварајући државе тув. „пореског раја“.

3. **Предности интернализације.** Предности интернализације разлог су због кога, тј. зашто предузеће постаје мултинационално. Свако предузеће суочава се са одлуком купити или правити. То значи да предузеће може да се определи да активности обавља преко тржишта, или да активности обавља самостално, као потпуно интегрисано предузеће. Активности које предузеће обавља самостално су активности које је предузеће интернализovalo. Интернализовање активности резултат је настојање да се минимизирају трансакциони трошкови, тј. трошкови који настају када предузеће обавља активности преко тржишта.

1.6. Приход

Предузеће ствара приход на тржишту продајом добара и услуга, које потрошачи траже. Тражена количина добара и услуга за предузеће представља количину добара и услуга, које може да понуди, прода и да оствари приход. Приход предузећа директно зависи од тржишне тражње, а показује његову способност да понуди производе, које потрошачи желе да купе. Приход је показатељ ефикасности, али и предуслов опстанка предузећа. Јер, уколико не остварује приход, предузеће не може да опстане на тржишту. Значајан је концепт укупног, просечног и маргиналног прихода.

Укупан приход је укупна реализована количина производа и услуга, или укупна сума новца, коју предузеће остварује продајом производа и услуга. Укупан приход се израчунава као производ укупне количине производа и цене по једном производу.

Просечан приход. Свако предузеће је заинтересовано да одреди колики се приход остварује по једном производу. Приход, који се остварује по једном производу је просечан приход. Просечан приход је количник између укупног прихода и укупне количине продатих производа.

Маргинални приход је промена укупног прихода која настаје због продаје једне, додатне јединице производа. Маргинални приход показује колико ће се променити укупан приход, ако предузеће повећа или смањи продају за један производ. Маргинални приход је количник између промене укупног прихода и промене количине производа.

1.7. Производња и продуктивност

Производња је основни задатак сваког привредног система, зато што обезбеђује добра и услуге неопходне за задовољавање људских потреба, и за сопствену репродукцију. Под производњом се обично подразумева индустријска производња. Међутим, производња је свака активност којом се стварају добра или услуге које имају вредност. Кондициони или стручни тренинг спортиста, мерење загађености ваздуха, хоспитализација и лечење болесних, диктирање писма, управљање непрофитном организацијом, разговор са политичарима представља производне активности, зато што стварају добра, односно услуге, које имају вредност. С обзиром да индустријска производња најбоље илуструје процес производње, продуктивност се у економским уџбеницима обично разматра на промеру индустријске производње.

Производња и продуктивност често се поистовећују, што је погрешно, јер, производња и продуктивност нису синоними. Производња је трансформација инпута у аутпуте, а продуктивност је производно-техничка ефикасност, односно ефикасност трансформације инпута у аутпуте. Инпути се називају и ресурси или фактори производње. Основне врсте инпута су: земљиште, рад, капитал, и знање, које се дели на технолошко, маркетиншко, организационо и управљачки know-how. Аутпути су добра или услуге, која се користе или за коначну потрошњу (потрошна добра) или служе за производну потрошњу (производна добра). **Продуктивност, или производно-техничка ефикасност, дефинише се као настојање да се са датом количином инпута, оствари највећа или максимална количина производа. Тежња ка производно-техничкој ефикасности представља први корак у реализацији укупне ефикасности предузећа и читаве привреде.**

1.7.1. Појам и типови производње

Производња је низ међусобно повезаних активности, којима се уложени инпути (сировине, рад, технологија, капитал, земља, менаџерске способности) користе да би се направио производ, односно, којима се врши трансформација инпута у аутпуте.

Типови производње. Разликују се пет основних типова производње 1) појединачна производња, 2) серијска производња, 3) масовна производња, 4) процесна производња, 5) флексибилна производња.

Појединачна производња је производња једног производа. Производ се прави за познатог купца по посебној спецификацији, или наруџбини. Појединачна производња

поставља високе захтеве у погледу вештине и умећа израде производа. Ова производња зависи и од инвентивности и креативности радника. Појединачна производња примењује се у машинској индустрији, бродоградњи и грађевинарству (мостоградња).

Серијска производња је производња производа или делова производа у малим или великим целинама које се зову серије. Главно обележје ове производње је стандардизација. Сваки производ, као и редослед операција серијске производње је стандардизован. Један од највећих проблема је одредити оптималну величину серије. Серијака производња се највише примењује у електро-индустрији.

Масовна производња је производња која има стандардизован читав процес производње, од сировина и материјалних инпута, преко технологије производње и начина обраде, до финалног производа. Масовна производња је производња великог броја производа у континуитету, где се сваки производ креће од једне операције ка следећој, до завршетка процеса производње. Ова производња представља најефикаснији начин производње великих количина производа.

Процесна производња базира се на интегрисаној технологији производње, коју карактерише континуирани ток сировина, које се трансформишу у континуирани ток аутпута. Класичан пример процесне производње је прерада нафте, где се сировина нафте разводи кроз комплексан процесни систем и добија се низ крајњих производа за различите намене, и за различите кориснике. Процесна производња се примењује у хемијској индустрији, у производњи равног стакла, у прехранбеној индустрији, на пример, у преради млека. Процесна производња је најефикаснија, када је капацитет потпуно искоришћен, односно кад се производи на горњој граници капацитета 24 часа дневно, 7 дана у недељи.

Флексибилна производња је један од најновијих топова производње, који се заснива на примени мале групе компјутерско-нумеричких алатних машина, које су програмиране за производњу мале серије производа без мануелне интервенције. Мада је технологија на којој се заснива флексибилна производња скупа, када се уведе, постиже се висока продуктивност, која се огледа у: брзини, високом квалитету производа, смањењу залиха, редукцији или елиминисању мануелног рада, могућностима брзих измена и производњу различитих врста производа уз нулти дефект. У пракси, систем флексибилне производње примењује се у појединим фабрикама аутомобила.

1.7.2. Фиксна и варијабилна улагања

Инпути се деле на фиксне и варијабилне. Фиксни инпути су инпути чија количина не може да се мења у кратком року. Фиксни инпути су опрема, машине, земљиште и зграде у којима се обавља производња, know-how тј. знање и способности предузећа. Варијабилни инпути су сировине, енергија, полупроизводи, радна снага. Подела инпута на фиксне и варијабилне извршена је на основу временског периода. Разликују се дуги и кратки рок.

Кратки рок се дефинише као временски период у коме су неки инпути варијабилни, а неки инпути фиксни. Кратки рок је временски период у коме предузеће не може да мења количину фиксних инпута, што значи да количина производа може да се повећава само променом количине варијабилних инпута.

Дуги рок је временски период у коме су сви инпути варијабилни. У дугом року може да се мења количина свих инпута. Термин дуги рок, не мора да значи дуги временски период, већ овај термин треба схватити као период у коме фактори који су фиксни могу да буду повећани или смањени.

1.8. Дефинисање продуктивности

Продуктивност је захтев да се са датом количином инпута оствари највећа, или максимална количина производа. Максимална количина производа, која може да се произведе, са датом количином инпута, зависи од технологије производње. Технологија производње и производно-техничка ефикасност, у економији, изражавају се концепром производне функције.

Производна функција је израз техничко-технолошких потенцијала предузећа, односно производних могућности предузећа. Производна функција показује максималну количину производа која може да се оствари са датом количином инпута, уз примену, у одређеном времену, најефикасније расположиве технологије. Производна функција омогућава да се одреде основни закони производње. Познавање основних закона производње предуслов је за остваривање максималне производно-техничке ефикасности, односно продуктивности. Производно-техничка ефикасност предузећа зависи од: продуктивности фактора, начина комбинације и могућности субституције једног фактора другим, од врсте и размера приноса обима, који настају када предузеће мења технологију производње, величину капацитета, опрему, машине и све остале инпуте.

1.9. Економичност

Економичност, која се још назива економска или трошкова ефикасност предузећа, је захтев да се дати обим производње оствари са најмањим трошковима, односно да се, са датим трошковима максимира обим производње. Економичност зависи од продуктивности, јер све производне одлуке предузећа, које се односе на количину, врсту или квалитет инпута, утичу не само на продуктивност, већ и на економичност. Продуктивност је предуслов, али не и довољан услов за реализацију економичности, јер економичност не зависи само од продуктивности инпута, већ и од њихових цена. Ако је продуктивност два процеса производње иста, њихова економичност може да се разликује, односно један процес производње може да буде ефикаснији од другог, због разлике у ценама инпута.

Анализа економичности је испитивање односа између трошкова и обима производње, са циљем да се одреди обим производње са минималним трошковима. Међузависност трошкова и обима производње изражава се функцијом трошкова. Функције трошкова показују како се мењају трошкови у односу на промену количине уложених инпута и резултирајућу промену обима производње, при чему промена обима производње зависи од продуктивности инпута. Функције трошкова су мултиваријабле, што значи да трошкови зависе од великог броја фактора, тзв. детерминанти трошкова. Најважнија детерминанта трошкова су цене инпута, јер **су трошкови производ количине и цене инпута**. Али

трошкови, исто тако, зависе од технологије, организације, као и читавог низа других фактора.

1.9.1. Краткорочни трошкови и обим производње

У кратком року, предузеће не може да мења опрему, технологију, пословни простор, као ни кључно управљачко особље, тј. фиксне инпуте, што значи да се обим производње мења само као резултат веће или мање употребе варијабилних инпута, као што су рад или сировине. У анализи односа краткорочних трошкова и обима производње, значајни су концепти укупних, просечних и маргиналних трошкова.

Укупни трошкови. Разликују се три концепта краткорочних укупних трошкова: укупни фиксни трошкови, укупни варијабилни трошкови и укупни трошкови.

Укупни фиксни трошкови (УФТ) предузећа су тржишна или новчана вредност његових фиксних инпута. Укупни фиксни трошкови дефинишу се као сума трошкова свих фиксних инпута уложених у пословање предузећа. Укупни фиксни трошкови су константни, зато што се фиксни инпути не мењају са променом обима производње, и зато што су по претпоставци цене инпута константне. Укупни фиксни трошкови производње постоје и када је обим производње на нули, тј. и када предузеће не обавља производњу. Ови трошкови се не мењају у односу на промену обима производње и њихов износ остаје исти, за сваки обим производње.

Зашто се фиксни трошкови не мењају са променом обима производње? Фиксни трошкови настају зато што количина неких инпута не може да се прилагоди промени обима производње. Фиксност се јавља зато што је потребно време да би се количина ових инпута прилагодила промени обима. Потребно је време да би се, на пример, због смањења броја путника на одређеним дестинацијама, велики путнички авион заменио мањим. За то време, авио компанија има високе фиксне трошкове, и послује са губитком.

Укупни варијабилни трошкови (УВТ) су тржишна или новчана вредност свих варијабилних инпута уложених у процес производње. За разлику од укупних фиксних трошкова, који се не мењају у односу на промену обима производње, укупни варијабилни трошкови су функција обима производње. Укупни варијабилни трошкови зависе од обима производње, и мењају се са променама обима производње. Када је обим производње једнак нули, укупни варијабилни трошкови су једнаки нули, односно када се не производи варијабилни трошкови не постоје. Са повећањем обима производње укупни варијабилни трошкови расту.

Укупни трошкови (УТ) су збир укупних фиксних трошкова и укупних варијабилних трошкова. Када је обим производње једнак нули, укупни трошкови су једнаки укупним фиксним трошковима, јер су укупни варијабилни трошкови једнаки нули. Када је обим производње већи од нуле, укупни трошкови једнаки су суми укупних фиксних и укупних варијабилних трошкова. Укупни трошкови исто као и укупни варијабилни трошкови зависе од обима производње и мењају се заједно са променом обима производње на исти начин као и укупно варијабилни трошкови.

1.9.2. Просечни и маргинални трошкови

Разликују се четири концепта просечних трошкова: просечни фиксни трошкови, просечни варијабилни трошкови, просечни укупни трошкови и маргинални трошкови.

Просечни фиксни трошкови (ПФТ) су укупни фиксни трошкови подељени са укупним обимом производње. Просечни фиксни трошкови називају се и укупни фиксни трошкови по јединици производа. Просечни фиксни трошкови су мањи, уколико је обим производње већи. Просечни фиксни трошкови опадају са порастом обима производње, када се укупни фиксни трошкови, који су константни, расподеле на већи број производа, њихов износ по једном производу опада.

Просечни варијабилни трошкови (ПВТ) су укупни варијабилни трошкови подељени обимом производње. Просечни варијабилни трошкови називају се и укупни варијабилни трошкови по јединици, зато што показују износ укупних варијабилних трошкова по једним производу.

Просечни укупни трошкови (ПУТ) једнаки су укупним трошковима по јединици производа и израчунавају се када се укупни трошкови поделе са укупним бројем произведених производа. Просечни укупни трошкови показују износ укупних трошкова по једном производу. Пошто су укупни трошкови једнаки збиру укупних фиксних и укупних варијабилних трошкова, и просечни укупни трошкови једнаки су збиру просечних фиксних и просечних варијабилних трошкова.

Маргинални трошкови су промена укупних трошкова, због промене обима производње за једну јединицу производа. Маргинални трошкови показују колико кошта повећање обима производње за један производ, или колико може да се уштеди ако се обим не повећа за један производ. Маргинални трошкови могу да се дефинишу и као промена укупних варијабилних трошкова због промена обима производње за једну јединицу производа.

Пошто су у кратком року, укупни фиксни трошкови константни, укупни трошкови се мењају само због промена варијабилних трошкова. Стога је променама укупних варијабилних трошкова, због промена обима производње за једну јединицу производа, подједнако тачан израз маргиналних трошкова, као и промена укупних трошкова за једну јединицу производа.

Маргинални трошкови су веома важан концепт за економичност предузећа, јер су то трошкови над којима предузеће има директну контролу. Маргинални трошкови представљају трошкове који се могу уштедети смањењем обима за једну јединицу производа, или обрнуто, показују додатне трошкове који ће настати ако се обим производње повећа за једну јединицу производа.

1.9.3. Дугорочни трошкови и обим производње

У дугом року сви импуту су варијабилни. У дугом року, предузеће може да мења опрему, главне менаџере, да гради нове фабрике, да затвори застареле производне погоне, да обнови технологију, да замени скупе инпуте јефтинијим, или да на било који други начин

модификује процес производње. Циљ предузећа је да се планирани обим производње производи са најнижим трошковима, што захтева да се изабере концепт „праве величине“. Концепт „праве величине“ је оптимални, или трошковно најјефинаснији концепт, јер омогућава да се планирани обим производње произведе са најмањим трошковима.

У дугом року предузеће може да повећа или да смањи величину фабрике, и да изабере величину фабрике која најбоље одговара његовим циљевима. Некада економичност може да се повећа поделом процеса производње на мање производне јединице. У другим приликама, нижи просечни трошкови могу да се остваре повећањем капацитета, или повећањем величине предузећа. Смањење трошкова и раст економичности у дугом року настаје не само као резултат повећања величине капацитета, тј. фабрике већ и као резултат повећања величине предузећа.

Економије обима које су резултат повећања величине капацитета, називају се интра-фабричким економијама, а економије величине које се остварију повећањем броја фабрика су тзв. интер-фабричке економије.

1.10. Профит

Шта је то профит? Износ који предузеће стиче од продаје свог аутпута (кекса) зове се укупан приход. Износ који предузеће плаћа за куповину инпута (брашна, шећера, рада радника, пећи, итд.) зове се укупан трошак. **Профит је разлика између укупног прихода предузећа и његовог укупног трошка. Циљ сваког предузећа је да максимизира свој профит, тј. позитивну разлику између цене коштања (укупних трошкова) и продајне цене (укупних прихода).**

Пошто економисти и рачуновође разичито мере трошкове, они различито мере и профит. Економисти мере економски профит предузећа као разлика између укупног прихода предузећа и свих опортунитетних трошкова (трошкова пропуштених шанси) производње продатих добара и услуга. Рачуновође мере рачуноводствени профит као разлика између укупног прихода предузећа и трошкова који су настали у прошлости, приликом набавке ресурса. Трошкови који су настали у прошлости су историјски трошкови, а рачуноводствени профит је разлика између укупног прихода и историјских трошкова.

У проучавању не само савршене конкуренције већ и различитих тржишта, економисти заговарају тезу да је главни задатак предузећа максимизирање профита. Но, сви послови немају исту шансу да остваре пожељне величине профита. Многе фирме су у немилости тржишта, мале су, и свако смањење цена њихових производа може их уништити. То није сличај са великим фирмама које имају моћ да утичу на цену, промене укуса потрошача, или чак да спрече конкуренцију у преузимању дела профита. **Већина фирми се налази у распону од моћних до немоћних, али све желе да остваре профит јер је то предуслов њиховог опстанка на тржишту.**

1.11. Рентабилност

Рентабилност је најшири израз ефикасности, зато што показује како је тржиште валоризовало ефекте улагања средстава, и како тржиште оцењује способности предузећа да са уложеним средствима производи и ствара вредност. **Рентабилност је способност предузећа да са уложеним средствима оствари максималан профит. Рентабилност је шири и општији појам од ефикасности, продуктивности и од економичности, зато што се ефекти улагања мере на основу оствареног профита, који је не само кључни и свеобихватни индикатор ефикасности, већ и најбољи тест тржишног успеха, или неуспеха предузећа.** Предузеће које не остварује профит није економски здраво предузеће, зато што уложена средства не користи ефикасно. Такво предузеће нема перспективу.

Способност предузећа да са уложеним средствима заради што већи профит, израз је не само економске већ и друштвене одговорности предузећа. Рентабилност показује да ли је предузеће способно да друштвене потребе задовољи на ефикасан начин. Предузећа која над уложеним средствима зарађују висок профит, доприносе повећању друштвеног благостања, јер производе добра која друштво највише тражи.

Рентабилност је израз зарађивачке способности предузећа, и дефинише се као зарађивачка способност предузећа, зато што се ефекти улагања мере на основу тога колико је са њима остварено, или зарађено профита.

1.12. Конкурентно тржиште

Конкурентно тржиште је тржиште са много купаца и продаваца који тргују идентичним производима, тако да сваки купац или продавац узима цену као дату. Конкурентно тржиште које се понекад назива и савршено конкурентно тржиште, има две карактеристике:

1. **постоји много купаца и много продаваца на том тржишту**
2. **добра која нуде различити продавци су углавном иста.**

Сходно овим условима, поступци било којег појединачног купца или продавца на тржишту имају занемарљив ефекат на тржишну цену. Сваки купац и продавац узима тржишну цену као дату.

Да би се разјасниле разлике између конкурентских и монополских тржишта узима се у обзир следећи пример. Када би одређена бензинска пумпа повећала цену бензина за 20%, доживела би велики пад своје продаје. Њени купци куповали би бензин на другим пумпама. Насупрот томе, када би водовод повећао цену воде за 20%, доживео би само мали пад продаје воде. Људи би можда ређе заливали травњаке или би куповали уређаје који штеде воду, али би им било тешко да у значајној мери смање потрошњу воде и мало је вероватно да би нашли другог снабдевача. Разлика између тржишта бензина и тржишта воде је очигледна: много је предузећа која продају бензин на пумпама, а само једно предузеће снабдева људе водом. Како се и могло очекивати, та разлика између тржишних структура обликује одређивање цена и одлуке о производњи у предузећима која послују на тим тржиштима.

1.12.1. Основна обележја тржишне структуре савршене конкуренције

Тржиште потпуне конкуренције карактерише:

- **Велики број учесника**, купаца и продаваца, нема велику економску снагу тако да својим одлукама о привредним активностима не могу битније мењати укупну тражњу и укупну понуду роба и услуга. То значи, **да се не могу договорити о подели тржишта и ценама.**
- **Робе и услуге су приближно истог квалитета и својстава – хомогеност производа.** Купцима је потпуно све једно од кога ће куповати а произвођачима – коме ће продавати. Наиме, производ који продаје једна фирма узима се за савршену замену за производ који продаје друга фирма. Када су сви производи свих фирми на тржишту савршено заменљиви, односно када су хомогени, ниједна фирма не може подигнути цене свог производа изнад конкуренције а да јој знатно не опадне продаја. Већина производа у пољопривреди је хомогена, затим нафта, бензин, сировине попут бакра, дрвета, жељеза, памука, челичних плоча и сл. Економисти све хомогене производе називају једним именом – **робе или добра.**
- **Потпуно слободан улазак и излазак у гране производње.** С обзиром на то, да ниједно предузеће не може произвести и понудити преовлађујућу количину роба и услуга, то истовремено значи да је потпуно слободан улазак и излазак у гране производње, тим пре што не постоји механизам одмазде и наметања додатних трошкова новоформираним предузећима. Последица тога је да купци могу лако заменити једног добављача другим, а добављачи могу неометано излазити и улазити на тржиште.
- **Готово сви произвођачи и потрошачи су изузетно добро обавештени о ценама производа, квалитету роба и услуга и условима продаје.** Тако на пример, фирма нема разлога да напусти своју профитабилну производњу, ако не постоји нека друга профитабилнија производња. Потрошачи, пак, немају мотива да пређу са скупљег на јефтинији производ, осим ако имају информацију о постојању јефтинијег производа истог квалитета. Ипак, данашњи свет је прилично компликован, тако да се не може рећи да потрошачи потпуно владају информацијама. Често нам је информација на дохват руке, али зато што немамо довољно знања, не можемо је ни искористити. Да би сте схватили смисао информације у конкурентској индустрији, довољно је да се подсетите знања из физике о кретању материје. Зна се да сила примењена на објекат глатке површине, чини да објекат убрзава у складу са пропорционалном масом. Није исто када је сила примењена на објекат од 10 кг и на објекат од 20 кг. Први убрзава дупло више. Ако сте љубитељ хокеја на леду, онда је овај пример још упечатљивији. Пак по леду брже лети јер се креће на великој површини леда (због малог отпора). Тај отпор се може израчунати, иако је сувише мали, али га треба знати израчунати, да би сте били конкурентни другима. Битно је имати информације и знање, па и кад се не може прецизно израчунати, успеће се у остваривању циља, као менаџер у фирми који поседује информације, знање и предвиђање у остваривању пожељних циљева предузећа.
- **Конкурентске фирме су без „тржишне моћи“, односно, оне су „прихватачи цена“ (price takers).** Критичан фактор у савршеној конкуренцији је потпуно одсуство тржишне моћи индивидуалних фирми и индустрија. Савршено конкурентска фирма је она чији аутпут је толико мали у поређењу са обимом тржишта да њене одлуке о аутпуту немају утицаја на цену. Конкурентске фирме могу продати цео свој аутпут по преовлађујућој тржишној цени. Ако проба да прода по већој цени, фирма неће продати ништа, пошто ће потрошечи куповати на другим местима. Због тога савршено конкурентска фирма нема тржишну моћ – нема способност да контролише тржишне цене за производе које продаје.

Базични концепт је овде, међутим, **тржишна цена**, тј. цена по којој се производ реално продаје. На пример, тржишна цена као задата величина је карактеристична за мале узгајиваче шарана и пастрмки. Као и сваки други узгајивач пастрмки, он може да повећа или смањи аутпут, доносећи одлуку о алтернативној производњи. Међутим, та одлука неће имати ефекта на тржишну цену шарана и пастрмки. Чак и велики произвођачи не могу утицати на цену производње шарана. Другим речима, аутпут појединачног узгајивача је толико мали у поређењу са понудом на тржишту, да нема значајног ефекта на укупне количине и цену на тржишту.

С обзиром на то, да продаја сваке појединачне фирме чини само мањи део тржишта, њене одлуке немају никаквог утицаја на цене, на тржишту. С тога свака фирма преузима тржишне цене као задате величине. Једноставно рачено, на савршено конкурентном тржишту појединачне фирме су **prajs tejkeri – прихватачи цена**.

1.12.2. Монополи

Предузеће је монополиста, ако је једини продавац производа и ако тај производ нема блиске субституते. Основни узрок монопола јесу **баријере уласка**: монопол остаје једини продавац на тржишту јер остала предузећа не могу да уђу на тржиште и конкуришу му. Баријере уласка, пак, имају три главна узрока:

- Кључни ресурс је у рукама само једног предузећа;
- Држава само једном предузећу даје ексклузивно право да производи неко добро или услугу;
- Трошкови производње чине једног произвођача ефикаснијим у односу на велики број других произвођача.

1.12.3. Ресурси монопола

Монопол најчешће настаје ако је само једно предузеће власник кључног ресурса. На пример, анализира се тржиште воде у једном граду. Ако неколико десетина становника града поседује бунаре који функционишу, онда конкурентни монопол описује понашање продавца. Сходно томе, цена литра воде мора да се изједначи са маргиналним трошком црпења додатног литра. Али, ако у граду постоји само један бунар и ако воду није могуће набавити на други начин, онда власник бунара држи монопол на воду. Не представља изненађење да монополиста има већу тржишну моћ од било којег појединачног предузећа на конкурентном тржишту. У случају неопходног добра као што је вода, монополиста би могао да одреди и већу цену, чак и ако је маргинални трошак мали.

Мада ексклузивно власништво над кључним ресурсом представља потенцијални узрок монопола, у пракси је то ретко узрок његовог настајања. Привреде су у стварности велике, а ресурси се налазе у рукама многих људи. И заиста, пошто се многим добрима тргује на међународном нивоу, природни опсег тржишта на којима се та добра продају често обухвата цео свет. Мало је, дакле, примера предузећа која поседују ресурс за који не постоје блиски супститути.

Класичан пример монопола који настаје услед власништва над кључним ресурсом је јужноафричка компанија за производњу дијаманата De Bers. De Bers контролише око 80% светске производње дијаманата. Мада удео те компаније на тржишту није стопроцентан, довољно је велики да се врши суштински утицај на тржишну цену дијаманта.

Колику тржишну моћ има De Bers? Одговор делом зависи од тога да ли постоје блиски супститути за његов производ. Ако се смарагди, рубини и сафири сматрају довољно добрим супститутом за дијаманте, онда De Bers има релативно малу тржишну моћ. У том случају, сваки покушај De Bers да повећа цену дијаманта резултирао би окретањем људи ка осталим врстама драгог камења. Али, ако људи да се то друго камење веома разликује од дијаманата, тада De Bers врши суштински утицај на цену свог производа.

De Bers издваја велика средства за рекламирање. На први поглед, та одлика може да се чини неочекиваним. Ако је монопол једини продавац свог производа, зашто му је потребно да се рекламира? Један од циљева De Bersових реклама јесте да код потрошача изврши диференцирање дијаманата у односу на остало драго камење. Када њихов слоган поручи да су „дијаманти вечни“, онда се помисли да то не важи и за смарагде, рубине и сафире. Ако су рекламни огласи успешни, потрошачи ће дијаманте сматрати јединственим, а не само једном од многих врста драгог камења, па ће таква перцепција De Bersu донети већу тржишну моћ.

1.12.4. Монопол који ствара држава

У многим случајевима монополи настају зато што је држава једној особи или предузећу дала ексклузивно право на продају неког добра или услуге. Монопол понекад настаје због политичког утицаја будућег монополисте. Некада су краљеви, на пример, својим пријатељима и савезницима давали ексклузивне дозволе за пословање. Понекад, пак, држава даје монопол али сматра да је то у јавном интересу. Закони о патентима и ауторским правима представљају два важна примера како држава ствара монопол који ће служити јавном интересу. Када нека фармaceutска компанија открије нови лек, она од државе може да затражи да га патентира. Ако држава процени да је лек заиста оригиналан, одобриће патент, што тој компанији даје ексклузивно право да производи и продаје лек у наредних 20 година. Слично томе, када писац заврши књигу, може да заштити своја ауторска права. Ауторско право представља гаранцију државе да нико не сме да штампа или продаје то дело без дозволе аутора. Ауторско право чини писца монополистом у продаји његовог романа.

Ефекти закона о патентима и ауторским правима лако су уочљиви. Пошто ти закони дају монопол једном произвођачу, они воде већим ценама него што би оне била у условима савршене конкуренције. Али осим што омогућавају монополским произвођачима да наплаћују више цене и остварују већи профит, ти закони подстичу и пожељно понашање. Да би се подстакло даље истраживање, компанијама за производњу лекова је дозвољено да буду монополисти у продаји лекова које су открили.

1.12.5. Природни монополи

Нека грана је природни монопол када је једно предузеће у стању да цело тржиште снабде добром или услугом, и то уз ниже трошкове, него што би то могла да учине два или

више предузећа. Природни монопол настаје када постоји економија обима у значајном делу аутопута. Један пример природног монопола јесте дистрибуција воде. Да би се становници неког града снабдели водом, предузеће мора да изгради водоводну мрежу кроз цео град. Ако два или више предузећа учествују у пружању ове услуге, свако од њих мора да плати фиксне трошкове изградње водоводне мреже. Дакле, просечни укупни трошак најнижи је ако само једно предузеће опслужује цело тржиште.

Када је неко предузеће природни монопол, оно је мање забринuto да би улазак нових предузећа на тржиште могао да умањи његову тржишну моћ. Предузеће по правилу, тешко задржава монополски положај ако нема власништво над кључним ресурсом или ако не ужива заштиту од стране државе. Профит монополисте привлачи нова предузећа на тржиште, а та предузећа тржиште чине конкурентнијим. Насупрот томе, улазак на тржиште на којем друго предузеће има природни монопол није привлачан. Предузећа која ће ући на тржиште знају да не могу да оствре исте ниске трошкове као и монополиста, јер би након уласка свако предузеће имало мањи део тржишта.

У појединим случајевима, на основу величине тржишта одређује се да ли је нека индустрија природни монопол. Нека добра у економији имају својства искључивости али не и ривалитета. Пример таквог добра је мост, који се тако мало користи да на њему никада нема гужве. Тај мост има својства искључивости јер је наплатилац мостарине у стању да неког спречи да га користи. Због фиксног трошка изградње моста и занемарљивог маргиналног трошка додатних корисника, просечни укупни трошак преласка преко моста (укупни трошак подељен бројем прелазака) опада са порастом броја прелазака. Дакле, мост је природни монопол. Када је број становника мали, мост може да буде природни монопол. Један мост може да задовољи целокупну тражњу за преласцима преко реке уз најниже трошкове. Ипак, са порастом броја становника на мосту настаје све већа гужва, па је за задовољавањем целокупне тражње потребан још један или више мостова преко исте реке. Дакле, како се тржиште шири, природни монопол може да прерасте у конкурентно тржиште.

1.12.6. Олигопол

Олигопол је тржишна структура у којој само неколико продаваца нуди сличне или идентичне производе. Постоје два типа несавршено конкурентних тржишта. Олигопол је тржиште са само неколико продаваца који продају производ који је сличан или идентичан другим производима. Пример таквог тржишта је тржиште тениских лоптица. Уколико неко жели да купи тениску лоптицу, она ће бити једна од следећих марки: Vilson, Pen, Danlop Spalding. Те четири компаније производе скоро све тениске лоптице. Ова предузећа заједно одређују количину тениских лоптица која ће се производити и цену по којој ће се те лоптице продавати.

Како се може описати тржиште тениских лоптица? На конкурентном тржишту, свако предузеће је тако мало у односу на тржиште да није у стању да утиче на цену свог производа у зато цену узима као задату тржишним условима. На монополском тржишту, само једно предузеће снабдева целокупно тржиште неким добром и у стању је да изабере било коју цену и количину на криви тржишне тражње. Тржиште тениских лоптица се не уклапа ни у конкурентни ни у монополски модел. Конкуренција и монопол представљају два екстремна облика тржишне структуре. Многе гране, укључујући и индустрију тениских лоптица, налазе се негде између ова два екстрема. Предузећа у тим индустријама имају конкуренте али се

истовремено не суочавају са таквом конкуренцијом да би узимали цену као дату. Такву ситуацију економисти називају **несавршеном конкуренцијом**.

Други пример олигополске тржишне структуре је светско тржиште сирове нафте: неколико земаља на Средњем Истоку контролише велики део светских резерви нафте. **Монополистичка конкуренција** представља тржишну структуру у којој многа предузећа продају сличне али не и идентичне производе. Примери су тржишта књига, филмова, компакт дискова, компјутерских игрица и сл. На монополистички конкурентним тржиштима, свако предузеће држи монопол над производом који производи, али и многа друга предузећа производе сличне производе који конкуришу за исте купце.

Пошто на олигополском тржишту постоји само мала група продаваца, кључна карактеристика олигопола је тензија између сарадње и сопствених интереса. Група олигополиста у најбољем је положају када међусобно сарађује и понаша се као монополиста – када производи малу количину аутпута и наплаћује цену која је већа од маргиналног трошка. Ипак, пошто сваки олигополиста брине само о сопственом профиту, постоје јаки подстицаји који спречавају групу предузећа да достигне монополски исход.

2. Тржиште рада

Тржиштима рада, као што је већ познато, управљају силе понуде и тражње. Раније је објашњено да понуда и тражња за јабукама одређују цену јабука. Али понуда и тражња за берачима јабука одређују цену, односно, надницу берача јабука. Дакле, тржиште рада се разликује се од већине других тржишта, јер је тражња за радом изведена тражња. Већина услуга рада нису финална добра која конзумирају потрошачи, већ инпути у производњи осталих добара. Да би се разумела тражња за радом, анализирају се предузећа која рад унајмљују и користе га за производњу добара за продају. Испитивањем везе између производње добара и тражње за радом, схватиће се како се одређују равнотежне наднице.

Како произвођач јабука одлучује колика ће му бити тражња за радом. То предузеће је власник воћњака са јабукама и сваке недеље мора да одлучи колико берача јабука мора да унајми да би обрали род. Пошти предузеће донесе одлуку о унајмљивању, радници беру онолико јабука колико могу. Предузеће тада продаје јабуке, исплаћује раднике, а оно што преостане узима као профит. Може да се претпостави да је ово предузеће конкурентно и на тржишту јабука (на ком се јавља као продавац) и на тржишту берача јабука (на којем је предузеће купац). Пошто постоји много предузећа која продају јабуке и унајмљују бераче, не може се утицати на цену добра и услуге. Ово предузеће једино мора да одлучи колико радника да унајми и колико јабука да прода. Друго, ако се претпостави да предузеће максимира свој профит. Дакле, предузећу није толико важно колико радника има нити колико јабука производи. Предузећу је важан само профит, који је једнак разлици између укупног прихода од продаје јабука и укупног трошка њихове производње. Понуда јабука предузећа и његова тражња за радницима извода се из примарног циља предузећа – максимизирање профита.

Предузеће које максимира профит води више рачуна о новцу него о јабукама. Сходно томе када одлучи колико ће радника да ангажује, предузеће мора да размотри колико ће профита донети сваки радник. Пошто профит представља разлику између укупног прихода и

укупног трошка, профит од додатног радника представља разлику између доприноса радника и његове наднице.

3. Остали фактори производње: земља и капитал

Када унајмљује раднике предузеће истовремено одлучује и о осталим инпутима производње. На пример, предузеће које се бави производњом јабука, треба да одлучи о величини воћњака и о броју мердевина које ће ставити на располагању својим берачима јабука. Фактори производње предузећа се сврставају у три категорије: рад, земља и капитал.

Значење израза рад и земља је јасно, али је дефиниција капитала мало компликованија. Економисти **капиталом** називају укупан фонд опреме и грађевинских објеката који се користи у производњи. То јест, капитал привреде подразумева акумулацију (акумулација – увећање капитала тако што се део профита додаје капиталу да би се предузеће или пословање проширило) добара која су произведена у прошлости, а која се у садашњости користе за производњу нових добара и услуга. У случају произвођача јабука, фонд капитала укључује мердевине, камионе којима се јабуке превозе, грађевинске објекте у којима се јабуке складиште, па чек и сама стабла јабука.

Капитална добра представљају економску категорију која се често користи у свакодневном животу и у економској теорији, али са разноврсним значењем. Веома је тешко дати дефиницију капитала која ће одговарати свим његовим појавним облицима. За ово изучавање довољно је рећи: **капитал представља вредност која се оплођује, односно увећава**. Наиме једна те иста ствар може, а и не мора, бити капитал већ само средство размене. Али ако новац штедимо и ставимо га у банку, он ће се оплођивати (увећавати) јер доноси камату без личног рада, захваљујући функцији власништва. Дакле, реч је о новчаном капиталу. Капитал у тржишној привреди се може увек преобразити у свој новчани облик. На пример, штедни улози се могу подићи и претворити у готовину. Међутим, новчани капитал не може дуго да постоји у свом појавном облику, јер се тада не оплођује, не доноси принос. Зато капитал тежи да се претвори у један од своја два основна облика: **реални и финансијски капитал**.

У реалном облику капитал постоји као средства за производњу: машине, опрема, постројења, зграде и други објекти, репроматеријал, залихе производа, залихе готових производа који нису продати итд. Капитал у овом облику обично називамо реалном имовином.

У финансијском облику капитал постоји у разним финансијским инструментима који власнику (захваљујући функцији власништва) доносе приход. Могу бити у облику штедних улога, новчани кредити, обвезнице, акције, комерцијални записи и сл. Овде би се могли убројати и чековни рачуни који служе за плаћање. То су и депозити који доносе камату.