

Владимир Серјевић
Вања Серјевић

ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА

- теоријски основи -



С К Ц - Ниш

Владимир Серјевић,
Вања Серјевић

ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА
– ТЕОРИЈСКИ ОСНОВИ –

Прво издање

СКЦ – Ниш,
2016.

Владимир Серјевић,
Вања Серјевић

ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – ТЕОРИЈСКИ ОСНОВИ
Прво електронско издање, 2016.

Издавач: Студентски културни центар – Ниш, Шуматовачка бб,

Уредник издавачке делатности:
Александар Благојевић

За издавача:
Мирослав Јовић, директор

Компјутерска обрада текста:
Владимир Серјевић

Штампа:
„PUNTA“ – Ниш, Кеј Мике Палигорића бр. 8

Тираж: 50 примерака

© Сва права задржана. Књига у целини, као и поједини њени делови, не могу се присвајати, тј. репродуковати и користити у комерцијалне сврхе.

ISBN 978-86-7757-229-7

ПРЕДГОВОР

Дело **Пословна економија**, које се овде нуди читаоцима, заснива се на књизи Владимира Серјевића: *Основи микроекономије*, СКЦ, Ниш, 2010. У њему су извршене значајне измене и допуне – ради прилагођавања потребама пословних субјеката, а пре свега власника и руководиоца малих и средњих предузећа. Аутори су настојали да им укажу на опште теоријске основе из области економије, које детерминишу њихову егзистенцију и развој на тржишту. Оно може послужити и појединцима који стичу основна знања из економске теорије.

Не појављује се у комерцијалне сврхе. То, као и финансирање од стране аутора, одређује величину тиража. Издање у електронском облику биће доступно на интернету, за читање као и преузимање за личну некомерцијалну употребу.

Вања Серјевић пружила је значајан допринос у писању овог дела. У оквиру прве главе написала је наслов: 6.3. Испољавање и утврђивање монополске моћи предузећа. Такође, написала је и учествовала у писању више наслова у четири поглавља: у првом (9.1, 9.2. и 9.3), другом (3), трећем (2.3) и петом (4. и 5). Затим, на основу текста у оквиру појединих питања и поглавља, написала је већи део Питања за обнављање градива и дискусију и Задатака за вежбање и проверу знања. Остало у књизи написао је Владимир Серјевић. Он је извршио и редакцију текста.

У Нишу, априла 2016. године.

Аутори

С А Д Р Ж А Ј

Глава I: ПОСЛОВНИ ПРОЦЕС (1)

1. Пословни субјекти и њихове пословне тежње (1)
 1. 1. Пословни субјекти (1)
 1. 2. Пословни мотиви и основна функција предузећа (3)
 1. 3. Пословни циљеви предузећа (5)
 - КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (8)
 - ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (8)
2. Производња, производни ресурси и учинак предузећа (9)
 2. 1. Производња (9)
 2. 2. Производни ресурси (9)
 2. 3. Резултати репродукције или учинак предузећа (13)
 - КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (16)
 - ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (16)
 - ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (16)
3. Ангажовање производних ресурса (18)
 3. 1. Појам ангажовања производних ресурса и врсте приноса (18)
 3. 2. Оптимална комбинација и супституција ангажованих производних ресурса (19)
 3. 3. Техничка и капитална опремљеност рада (и супституција рада капиталом) (22)
 3. 4. Продуктивност ангажованих производних ресурса (23)
 3. 5. Производне функције предузећа (25)
 - КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (27)
 - ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (27)
 - ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (27)
4. Обрт капитала, репродукциона потрошња и остваривање вредности (29)
 4. 1. Кружни ток капитала и његова подела на стални и оптицајни (29)
 4. 2. Трошење производних ресурса и врсте трошкова (32)
 4. 3. Цена коштања (36)
 4. 4. Профит и вишак вредности (37)

4. 5. Појам и утврђивање продајне цене (39)
4. 6. Специфичности кружног тока капитала у области промета (42)
КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (46)
ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГДРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (46)
ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (47)
5. Максимирање профита (49)
 5. 1. Економија обима (49)
 5. 2. Линија понуде и производни вишак предузећа (56)
 5. 3. Основне могућности максимирања профита (58)
 5. 4. Инвестиције (60)
 5. 5. Акумулација и централизација капитала (63)
 5. 6. Тржишна вредност капитала (64)
КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (67)
ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (67)
ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (68)
6. Монополи (69)
 6. 1. Појам и настанак монопола и облици монополског профита (69)
 6. 2. Основи остваривања монополског профита (70)
 6. 3. Испољвање и утврђивање монополске моћи предузећа (73)
КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (80)
ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (80)
ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (81)
7. Показатељи развијености и ефикасности предузећа (82)
 7. 1. Показатељи развијености предузећа (82)
 7. 2. Показатељи ефикасности или пословног успеха предузећа (83)
 7. 3. Инструменти сагледавања стања и ефикасности предузећа (85)
КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (89)
ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (89)
ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (89)
8. Пословно планирање (91)
 8. 1. Пословни план и основи његовог утврђивања (91)
 8. 2. Инструменти планирања (93)
 8. 3. Основни елементи и садржај годишњег плана (96)
 8. 4. Специфичности пословног планирања у области робног промета (104)
КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (110)
ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГДРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (110)

VI

- 9. Пословно управљање (111)
 - 9. 1. Пословне функције, њихови носиоци и противуречности (111)
 - 9. 2. Органи пословног управљања (113)
 - 9. 3. Учешће радника у управљању (114)
- КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (117)
- ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (117)

Глава I: Пословни процес – РЕЗИМЕ (118)

Глава II: МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТ ПРОИЗВОДЊЕ (121)

- 1. Појам, задаци и циљеви маркетинга (121)
- 2. Истраживање тржишта као основа маркетинга (122)
- 3. Конкуренција (126)
- 4. Методи истраживања тржишта (129)
- 5. Маркетинг у организационој структури предузећа (131)
- 6. Злоупотребе маркетинга (133)
- КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (136)
- ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (136)

Глава II: Маркетинг концепт производње – РЕЗИМЕ (137)

Глава III: ТРЖИШТЕ РОБЕ (139)

- 1. Тржиште и размена (139)
 - 1. 1. Појам и облици размене и тржишта (139)
 - 1. 2. Роба као предмет размене (140)
 - 1. 3. Теоријски модели тржишта и конкуренције (143)
 - 1. 4. Динамика привредне активности и конјунтура (145)
- КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (148)
- ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (148)
- ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (149)
- 2. Понуда и тражња (150)
 - 2. 1. Појам, односи и кретање понуде и тражње (150)
 - 2. 2. Општи закон и еластичност понуде и тражње (154)
 - 2. 3. Потрошачки и произвођачки вишак (156)
 - 2. 4. Понуда, тражња и потребе (159)
- КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (161)
- ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (161)
- ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (161)
- 3. Теоријски основи формирања цена (163)
 - 3. 1. Нормална, равнотежна или паритетна цена (163)
 - 3. 2. Закон вредности и механизам његовог деловања

VII

на конкурентном тржишту (164)

3. 3. Садржај нормалне цене у савременој робној производњи (167)

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (171)

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (171)

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (172)

Глава III: Тржиште робе – РЕЗИМЕ (173)

Глава IV: ДОХОТЦИ ПО ОСНОВУ ВЛАСНИШТВА И ЊИХОВА КАПИТАЛИЗАЦИЈА (175)

1. Имовина и ефекти њеног држања (175)

2. Облици дохотка по основу власништва (178)

3. Закупнина и рента (185)

4. Приноси и њихова капитализација (187)

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (191)

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (191)

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (192)

Глава IV: Дохотци по основу власништва и њихова
капитализација – РЕЗИМЕ (145)

Глава V: РАДНИЦИ И ЗАРАДЕ РАДНИКА (196)

1. Радна снага, вредност и цена радне снаге (175)

2. Радно време и запосленост радника (178)

3. Продуктивност рада (185)

4. Минималне и стварне зараде радника (200)

5. Динамика зарада радника (204)

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (207)

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (207)

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (207)

Глава V: Радници и зараде радника – РЕЗИМЕ (209)

Глава VI: ЕКСТЕРНИ ЕФЕКТИ ПОСЛОВАЊА (211)

1. Утицај на животну и природну средину (211)

2. Утицај на макроекономска кретања (215)

3. Утицај на друштвено-економски развој (217)

4. Екстерни ефекти пословања и одрживи развој (221)

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (225)

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (225)

VIII

Глава VI: Екстерни ефекти пословања – РЕЗИМЕ (226)

Глава VII: ЛИЧНА ПОТРОШЊА И ПОТРОШАЧКИ ИЗБОР (228)

1. Појам и фактори личне потрошње (228)
 2. Преференције, потрошачки избор и структура личне потрошње (231)
 3. Интертемпорални избор потрошача (237)
 4. Животни стандард (239)
- ДОДАТАК Глави VII – хипотетични примери утврђивања оптималности потрошачког избора (241)
- КЉУЧНИ ПОЈМОВИ (247)
- ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ (247)
- ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА (247)

Глава VII: Лична потрошња и потрошачки избор – РЕЗИМЕ (249)

ИЗВОД ИЗ ЛИТЕРАТУРЕ (251)

Белешка о ауторима (256)

Глава I
ПОСЛОВНИ ПРОЦЕС

1. Пословни субјекти и њихове пословне тежње

1. 1. Пословни субјекти

(1) Пословни субјекти су – у најширем смислу – организације регистроване за обављање једне или више делатности које послују по принципу привредног рачуна.¹⁾ Њихове активности остварују се у одређеним законским оквирима. Можемо их поделити у две основне групе. Прва група обухвата субјекте у области привреде. А друга, субјекте који обављају тзв. ванпривредне или друштвене делатности. Дакле, разликујемо привредне и ванпривредне пословне субјекте.

Привредни субјекти остварују приход пре свега на тржишту или по тржишним условима.²⁾ Они остварују вредност која се агрегатно, у једној земљи, утврђује и приказује као домаћи бруто производ (ДБП). У обављању делатности изложени су утицају тржишне конкуренције и пословном ризику. У пословању сnose економску одговорност, односно последице у случају губитка. Теже задовољавању личних и других потреба посредним путем, путем максимирања реализоване вредности и профита на тржишту. (Већи износи оствареног прихода и профита значи да је њихова активност у већој мери прилагођена потребама и захтевима тржишта.) При томе, не могу остваривати исте мимо рада, тј. по основу привилегија и монопола.

Ванпривредни пословни субјекти не финансирају се сами. Они не теже максимирању профита, али не могу пословати са губитком. Упућени су на рационализацију у процесу остваривања прихода и расхода, и на њихово усклађивање. Неки од њих остварују допунске приходе на тржишту. Затим, има и оних који краткорочне вишкове наменских средстава привремено из-

1) Принцип привредног рачуна је општи принцип пословања који значи да пословне организације у свом пословању морају утврђивати и евидентирати своје приходе, расходе и финансијски резултат.

2) Остваривање прихода по тржишним условима врши се приликом тзв. интерне реализације, када се она заснива на тржишним принципима и параметрима.

носе на тржиште капитала ради остваривања приноса. То су разни друштвени фондови који имају одређену намену, али и позитиван салдо са тенденцијом повећања. Ови фондови појављују се као инвеститори, најчешће као купци различитих краткорочних каматоносних хартија од вредности.

Изложена питања пословне економије у овој књизи дотичу се привредних субјеката, нарочито оних у области производње. Међутим, нека питања могу се односити и на субјекте који обављају ванпривредне делатности. На то указују управо поменути разлози.

(2) Основни привредни субјекат је предузеће. Суштина његове економије огледа се пре свега у максимирању профита, или у остваривању одређеног профита. Данас, оно мора (из више разлога) део капитала да држи у облику портфеља или збирке хартија од вредности. Према томе, суштина његове економије огледа се и у оптимализацији тог портфеља.

Према тежњи у вези са профитом предузећа се могу поделити на општа и посебна. Општа предузећа теже остваривању што већег профита. А посебна, остваривању одређеног или програмираног односно ограниченог профита. Као посебна предузећа можемо навести: предузећа од општег привредног и друштвеног значаја, предузећа за газдовање природним ресурсима, комунална предузећа, задружна предузећа и војна предузећа. Многа од ових предузећа налазе се у монополистичком положају. Организована су као друштва капитала. Изузев задружних предузећа, налазе се најчешће у државној својини – једна у потпуности (она која газдују природним ресурсима), а друга већим делом.

Према носиоцу и врсти одговорности за своје обавезе, сва општа предузећа делимо на: друштва лица и друштва капитала.

Друштва лица имају једноставну организациону структуру. То су мања предузећа, у којима власници појединци (физичка лица) сnose одговорност за њихове обавезе целокупном својом имовином. П. Е. Семјуелсон у вези са током развоја привредних организација наводи следећим редоследом: инокосно предузеће, ортачко предузеће и акционарско друштво.³⁾ Инокосно предузеће налази се у власништву једног физичког лица, које за његове обавезе сноси одговорност целокупном својом имовином. Оно тешко долази до новог капитала. Могућности остваривања веће зараде и, у вези с тим, потреба за капиталом – доводе до појаве ортачког предузећа. У њему власници (који су најчешће родбински повезани и међусобно имају велико поверење) сnose одговорност за преузете пословне обавезе супсидијарно и солидарно. Супсидијарно, до висине појединачно уложеног капитала, ако обавезе предузећа нису веће од вредности његовог капитала. А солидарно,

3) Види, Paul A. Samuelson: *Економија*, Савремена администрација, Београд, 1969, стр. 89-98.

целокупном својом имовином, када обавезе премашују износ тог капитала (када је њихов износ већи).

Даља потреба за капиталом, као и за поједностављивањем односа и одговорности власника, доводи до појаве акционарског друштва. Као прелазни облик између ортачког предузећа и акционарског друштва јавља се тзв. командитно друштво. Оно има две врсте чланова – комплементарне и командиторе. Комплементари (које може чинити и само један члан, тј. и само једно физичко лице) одговарају за обавезе предузећа целокупном својом имовином, а командитори само имовином коју су унели у предузеће. Комплементари морају бити само физичка лица, а командитори поред ових могу бити и правна лица.

Друштва лица одликује брзо прилагођавање променама на тржишту. Многа имају својства простих робних произвођача. То значи да теже максимирању профита, али са датим средствима односно са датим износом капитала. Њихов значај огледа се у следећем. Остварују знатан део домаћег бруто производа и доприносе повећању запослености; њихови учинци су у великој мери комплементарни са учинцима већих предузећа (што значи да њихово присуство олакшава рад тим предузећима која се јављају као носиоци развоја); преко њих се у највећој мери, уз ризик, стављају у промет слободна новчана средства становништва; и, у њима посебно долази до изражаја пословна иницијатива индивидуалних власника капитала.

Друштва капитала су предузећа у којима власници сnose одговорност за њихове обавезе до висине имовине (капитала) коју су унели у предузеће. То су пре свега акционарска друштва. Ова предузећа су по облику најразвијенија, а по величини највећа. Јављају се као носиоци техничко-технолошког развоја, док мања предузећа (најчешће друштва лица) имају више улогу њихових коопераната. Планирајући сопствену будућност, она успостављају пословне односе на трајним и стабилним основима. Са конкурентима и кооперантима развијају сарадњу, а уништавајућу конкуренцију избегавају. На тржишту најчешће не пропадају. Теже, пре свега, расту профита по акцији и расту тржишне вредности капитала.

Акционарска друштва имају велики број власника, тј. акционара. Односно, у власништву су великог броја физичких и правних лица, тако да се најчешће налазе у мешовитој својини. Према томе чији капитал у њима превладава, могу бити: приватна, државна и инострана.

1. 2. Пословни мотиви и основна функција предузећа

Пословни мотиви су основни економски разлози пословања у свакодневном животу. Односно, то су краткорочне тежње предузећа, тј. његове тежње у току пословне године.⁴⁾ Расположива средства предузећа не доносе

никакав принос ако су ван функције, ако се не користе. При томе, могу узроковати одређене издатке, што доводи до њиховог умањења. Такође, могу застаревати или девалвирати. Због тога се морају стављати у функцију.

Управо је остваривање приноса на расположива средства основни мотив пословања предузећа. Има више врста приноса. Њихов скуп чине: профит, камата, дивиденда и закупнина.

Предузеће тежи остваривању и максимирању профита. Реч је овде о позитивном финансијском резултату или добитку. Остварује се пре свега по основу прихода од обављања основне или основних делатности. При томе, намеће се потреба остваривања и других, додајних, врста прихода: од изнајмљивања тренутних или трајнијих вишкова капацитета, инвестиција ван основне или основних делатности, те од екстерних инвестиција и портфеља хартија од вредности. Камата је принос на уложена средства у каматоносне хартије од вредности, дивиденда принос на инвестиције у акције, а закупнина на издата средства у закуп. О њима ће бити више речи у посебном поглављу (види, *Дохотци по основу власништва и њихова капитализација*). Остваривање поменутих додајних прихода у функцији је максимирања профита од обављања делатности за које је предузеће регистровано.

Може се говорити и о парцијалним пословним мотивима. Најпре, имамо поједине, парцијалне, елементе пословног плана предузећа. Најзначајнији су, рецимо, план обима производње и реализације (у области производње) и план обима промета (у трговини). Пут ка максимирању профита води пре свега преко максимирања и економије обима. Често, и у случају смањивања наруџбина и тражње, као и пада цена – предузеће тежи максимирању обима. А застоје на тржишту, превазилази привремено кредитирањем залиха. Друго, имамо и организационе јединице предузећа на нивоу којих се не врши обрачун финансијског резултата. У њима се не тежи максимирању профита, него остваривању планских задатака. И треће, намећу се повремено задаци којима се придаје посебна пажња. Њихово извршавање у функцији је максимирања профита у даљем пословном процесу. То су, рецимо: замена репроматеријала и опреме, замена енергената, реорганизација пословног процеса и слично.

Основна функција предузећа је обављање одређених делатности (за које се определило и регистровало) на одговарајући начин (тј. према прописаним техничким и другим стандардима) и тиме давања свог доприноса задовољавању извесних потреба људи. Затим, и обезбеђивање власницима капитала приноса на уложена средства. Оно своје пословање прилагођава захтевима тржишта и према успеху у томе остварује мањи или већи профит.

4) Уопште, мотив је ... „побуда, повод, подстрек, подстицај, разлог“... Види, Милан Вујаклија: *Лексикон страних речи и израза*, Просвета, Београд, 1980, стр. 588.

1. 3. Пословни циљеви предузећа

Циљеви предузећа јесу дугорочне тежње у његовом пословању. Остваривањем тих циљева долази до развоја. Према томе, то су основни, битни, елементи или одреднице развоја предузећа. Они указују на правце његовог развоја и представљају основ за утврђивање пословних задатака који ће се извршавати у будућем временски одређеном периоду (као средњерочни и краткорочни-годишњи задаци).

Остваривање циљева предузећа врши се по фазама, постепено. То намеће потребу њиховог укупног утврђивања (дугорочно, у одређеном периоду), али и парцијалног (средњерочно и краткорочно или годишње). „Дугорочни циљеви показују правац у коме треба ићи и онемогућавају лутање које би било неминовно када тај правац не би био трасиран. Средњерочни циљеви представљају етапе које треба прећи до постизања дугорочног циља. Краткорочни пак циљеви показују кораке које треба предузети до савладавања појединих етапа.“⁵⁾

Постоје извесне разлике између циљева производних предузећа и циљева предузећа у области промета. Посебан значај имају циљеви производног предузећа. Јер, управо производна предузећа дају највећи допринос друштвено-економском развоју.

Основни циљеви производних предузећа јесу:

- повећање капитала, производње и профита (1);
- модернизација производње и повећање њене ефикасности (2);
- измена асортимана производње (3);
- повећање броја основних делатности (4);
- повећање учешћа у производњи и реализацији на тржишту (5); и,
- остваривање одређеног учешћа у међународној подели рада (6).

(1) Повећање капитала, производње и профита је циљ највећег броја предузећа. Повећање профита краткорочно, у току године, врши се пре свега са датим капиталом. Међутим, дугорочно, може се вршити углавном повећањем капитала и производње. Познато је да профитна стопа нема тенденцију опадања, али ни повећања. Такође, и да је дугорочно однос између капитала и производње непроменљив. (Они само осцилирају у појединим фазама привредних циклуса.) Према томе, повећање масе профита у дужем року захтева увећање капитала и производње, и то сразмерно.

Капитал је израз богатства. Његови власници теже пре свега да га очувају и увећају. То постижу остваривањем и повећањем профита, који се

5) Др Живојин Перић: *Планирање и пословна политика ОУР*, Савремена администрација, Београд, 1977, стр. 27.

назива и приносом капитала. Другим речима, тежња за повећањем профита проистиче из тежње за очувањем и увећањем капитала. По једној од дефиниција, капитал је акумулирани вишак вредности (при чему је профит његов најзначајнији део).

(2) Модернизација производње и повећање њене ефикасности је циљ свих предузећа. Модернизација се огледа у техничко-технолошким променама, тј. у замени средстава за производњу, па и технологије, новим и продуктивнијим. Она мора да резултира у повећању продуктивности рада.

Зараде запослених имају тенденцију повећања. Повећавају се у колективним уговорима до нивоа опште стопе раста продуктивности рада у привреди за протекли период. С тим, долази до повећања трошкова радне снаге. Свако предузеће мора да обезбеди покриће додајног износа ових трошкова, а то може само повећањем продуктивности сопственог рада. У супротном, његов профит се смањује а положај на тржишту погоршава.

(3) Измена асортимана производње јесте циљ предузећа – ако се огледа у увођењу у редовну производњу нових производа за које су потребна нова и значајна улагања. То су углавном натпросечно рентабилни производи. Они произвођачу омогућавају остваривање екстра профита и побољшавање економског положаја на тржишту. Ово је циљ највећег броја предузећа. Краткорочне измене асортимана производње немају карактер циља.

(4) Повећање броја основних делатности је циљ мањег броја предузећа. Има сличности са претходним циљем. Повећање броја основних делатности значи и увођење у редовну производњу нових производа. Затим, оно доводи до диверзификације производње, до заокруживања извесне репродукционе целине (до стварања тзв. комбината), као и до уласка на нове тржишне сегменте. Уједно, доводи и до промене величине. Све то, омогућава предузећу стабилнију производњу и реализацију, те потпуније коришћење многих ресурса и додајно снижавање трошкова.

(5) Повећање учешћа у производњи и реализацији извесне робе назива се концентрацијом производње. Она води стварању монопола. Предузеће које иде ка том циљу постаје веће. То јест, постаје прво један од водећих произвођача, а у крајњем случају и водећи или доминантни произвођач.

Мали је број произвођача који теже том циљу. Његовим остваривањем предузеће побољшава свој економски положај на тржишту. Оно стиче нове могућности – да утиче на понуду, да одређује тржишну цену, да снизи и стабилизује цене средстава за производњу (инпута) ... Чак, стиче и могућност да у извесној мери утиче на регулативу. Његова величина и снага омогућавају му организацију истраживања и креацију нових производа и технологија, односно ширење тржишта.

(6) Остваривање одређеног учешћа у међународној подели рада – у изразу процента учешћа извоза у укупном приходу – добија на значају са

њеним продубљивањем и развојем. Данас је то циљ већине произвођача. Предузеће поставља себи овај циљ из више разлога. Најзначајнији су, чини се, следећи. Прво, подизање стандарда у обављању одређених делатности. Са прихватањем стандарда који важе на светском тржишту предузеће повећава своју виталност. Друго, смањивање зависности од негативних кретања на домаћем тржишту. Треће, ширење могућности продаје. Четврто, укључивање у међународне токове производне специјализације и кооперације. И пето, обезбеђивање иностраног конвертибилног новца за набавку у свету нове најпродуктивније производне опреме.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Пословни субјекти; 2. Привредни (пословни) субјекти; 3. Ван-привредни (пословни) субјекти; 4. Предузеће; 5. Друштва лица; 6. Друштва капитала; 7. Пословни мотиви; 8. Пословни циљеви.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Наведи основне разлике између привредних и ванпривредних пословних субјеката!
2. У чему се огледа суштина економије предузећа?
3. Које две групе предузећа се могу разликовати према њиховој тежњи у вези са профитом?
4. Које врсте предузећа наводи Р. А. Samuelson према току развоја привредних организација?
5. Шта је то командитно друштво?
6. Укажи на основне предности, као и недостатке, друштва лица и друштва капитала!
7. Који су то основни, а који парцијални, пословни мотиви?
8. Шта би била основна функција предузећа?
9. Како се врши остваривање циљева предузећа?
10. Наведи основне циљеве производних предузећа!

2. Производња, производни ресурси и учинак предузећа

2.1. Производња

У стварности, економија је област друштвеног живота у којој се обезбеђују средства за живот. Ова средства или добра често се деле на природна и привредна. Природна су дар природе, али их има мало и морају се најчешће „оплеменили“ радом да би ушла у потрошњу. Потребне људи се на данашњем степену развоја задовољавају пре свега привредним добрима, а то су добра створена људском делатношћу и људским радом. Према томе, каже се и да је економија привреда или производња привредних добара.

У ужем смислу, производња је процес стварања добара за потрошњу људи. Она има друштвени карактер, јер се производи за тржиште у условима развијене друштвене поделе рада. Такође, јер се производи у друштву, тј. у условима развијене техничке поделе рада. Најзад, друштвени карактер производње одређује и тежња произвођача да максимирају вредност и профит, при чему су вредност и цена производа његова друштвена својства (која долазе до изражаја са појавом и доминацијом тржишта и размене).

У ширем смислу, производња је стални процес који се назива и процесом репродукције. Поред самог процеса стварања добара за потрошњу, она има још три фазе. То су: размена, расподела и потрошња.

Економија као процес репродукције може се сагледавати на микро нивоу, тј. на нивоу индивидуалних субјеката а пре свега предузећа. Затим, може се сагледавати и на макро нивоу односно на нивоу једне државе. Основна питања економије на микро и на макро нивоу нису иста, она се значајно разликују.

2.2. Производни ресурси

Нема производње материјалних добара и услуга без следећих ресурса: капитала, рада и предузетништва.

(1) Са аспекта предметно-материјалне садржине и намене, каже се да *капитал* чине привредна добра, тј. добра произведена људским радом, која се користе у области робне производње, те робног и новчаног промета – за обављање одређене или одређених делатности и остваривање профита.

Затим, према заједничком имену и намени капитал се дефинише као вредност у кружном току која се увећава и доноси власнику принос.

И према томе како настаје, наводи се да је капитал акумулисани део реализоване вредности. Предузеће један део оствареног прихода и добитка

издваја у фонд акумулације. Такође, средства за ову намену прибавља једним делом на тржишту. Ако суму капитала поделимо са годишњим износом новчане акумулације, добијамо време (у годинама) за које је на основу те акумулације он формиран.

Облици егзистенције капитала јесу појавни облици капитала у оквиру предузећа утврђени према њиховој предметно-материјалној садржини. Разликујемо шест основних облика егзистенције овог ресурса. То су:

- новчана средства (стање новца на рачунима предузећа),
- хартије од вредности (акције, обвезнице и др.),
- различита права и знања (патенти, лиценце, концесије и сл.),
- материјална средства (земља, као и залихе средстава за рад, предмета рада, недовршене производње, готових производа и др.),
- краткорочна и дугорочна потраживања, као и
- краткорочне и дугорочне обавезе.

Наведени елементи скупа чине укупни капитал предузећа. Прва пет елемената чине његов сопствени капитал, док је у случају шестог елемента (краткорочне и дугорочне обавезе) реч о туђем капиталу.

Сви поменути облици егзистенције капитала су истовремено присутни, односно нужни ради континуитета производње. Овде ће, даље, бити речи о земљишту, средствима за рад и предметима рада.

Земља је природно добро, јер је створена дејством природних сила. Сама по себи она није капитал. У производњи служи као средство за рад и као предмет рада. Као средство за рад служи самим тим што пружа произвођачима место, површину, на коме организују и остварују производњу. А као предмет рада, тиме што се од ње праве и добијају многи производи (у индустрији грађевинског материјала, рударству, шумарству, пољопривреди и другим областима).

Као елеменат капитала наводимо је зато што се не добија без накнаде. Она се купује или изнајмљује. Капитал уложен у куповину земље доноси власнику вишак вредности у облику ренте. Он се у овом случају идентификује као цена земље, која се јавља као елеменат тзв. сопственог капитала. Међутим, у случају изнајмљивања, купац плаћа ренту да би земљиште користио као средство за рад или предмет рада. Обавеза плаћања ренте јесте елеменат туђег капитала.

Средства за рад су пре свега ствари са којима радници обављају одређену делатност (на пример, производе); она одређују капацитет предузећа, односно организационе јединице у којој се ова делатност обавља. У економској теорији средства за рад се деле на оруђа за рад и остала средства за рад.

Помоћу оруђа за рад делује се на предмете рада приликом њиховог прилагођавања човековим потребама. Чине их алати и машине. Алатима човек непосредно делује на предмете рада. Производња у којој се претежно ко-

ристе алати јесте ручна или мануфактурна производња. Специјализација алата омогућила је појаву машина. Машина је сложеније оруђе за рад. Она има три елемента: погонски механизам, транспортно-преносни механизам и уграђене алате. Код овог оруђа за рад човек не користи алате својим рукама, што значи да не делује непосредно на предмете рада. Он само опслужује машину. Машине замењују раднике у руковању алатима, па тиме смањују потребу за радном снагом. Производња у којој се претежно користе машине јесте машинска или фабричка производња. Специјализација машина омогућава аутоматизацију процеса рада.

Човек је постао произвођач у правом смислу тек када је почео да производи оруђа за рад. Помоћу њих он је до сада стално проширивао своје физичке и умне способности, и повећавао производне могућности. А с тим, истовремено али не увек и равномерно, и свој животни стандард.

Остала средства за рад чине: фабричке хале, складишта, транспортна и преносна средства, производни и складишни судови, управно-комерцијални објекти итд. Са њима се не делује на предмете рада, али се стварају неопходни услови за остваривање производње.

Предмети рада су ствари од којих се производе материјална добра. Такође, то су и ствари које се троше приликом употребе средстава за рад и коришћење радне снаге у производњи.

Према могућности употребе и степену финализације они се деле на: сировине и полуфабрикате (полупроизоде). Сировине се могу користити не само као предмети рада у производњи, него и као готови производи ван тог процеса. На пример, од дрвета се прерадом могу добити многи производи, али се оно може употребити и за огрев. А полуфабрикати служе само за даљу прераду, као што је случај са предивом у текстилној индустрији. Степен финализације сировина и полуфабриката није исти. Полуфабрикати захтевају више фаза обраде, тј. већи утрошак радне снаге. Производња у којој се добијају сировине назива се примарном. Док, она у којој се добијају полупроизводи – полуфиналном.

Према намени и сврси у процесу производње, предмети рада могу бити: погонске материје (енергенти), градивне материје и помоћне материје. Погонске материје служе за покретање и рад машина. Градивне материје, пак, улазе у састав материјалних учинака производње. Могу бити основне и споредне, зависно од тога у којој мери чине материјалну супстанцу производа. Најзад, помоћне материје омогућавају коришћење средстава за рад и сам процес рада. Као, на пример: мазиво, средства за чишћење, огрев, итд.

Скупа, средства за рад и предмете рада називамо средствима за производњу. Ако имамо у виду још робни и новчани промет, то су средства за обављање одређене или одређених делатности. Она чине језгро капитала у оквиру једног предузећа.

(2) *Рад* се појмовно може одредити у општем и у економском смислу. У општем смислу, то је свака физичка и умна активност човека која резултира у неком друштвено прихватљивом учинку. А у економском смислу, то је само оно трошење људске радне снаге које се одвија у процесу репродукције. Односно, које се врши ради обезбеђивања услова за живот.

Радна снага је скуп човекових физичких и умних способности које он троши у процесу производње. Радници су, пак, носиоци радне снаге. То су физичка лица ангажована у производњи. У њој они нису само производни ресурс, него у значајној мери и субјекат производње (што је одлика савремене тзв. индустријске демократије). Другим речима, имају право партиципације односно извесног учешћа у управљању производњом.

Рад се не може мерити количином утрошених физичких и умних способности човека (јер оне немају своје јединице мере, нити заједнички именитељ). Може се мерити само временом трајања, тј. радним временом. Но, овде се јавља следећи проблем. За један час рада учинак различитих радника појединачно није исти. Рад који ствара мањи и једноставнији учинак јесте простији, а онај који ствара сложенији и већи учинак јесте сложенији. Због тога, код сабирања ефективног радног времена различитих радника не добија се стварни квантум њиховог рада.

Наведени проблем решава се на следећи начин: часови рада сваког радника ($ч$) множе се мером (кофицијентом) сложености његовог рада ($кс$). Према томе, квантум односно количина рада ($Р$) у једној производној јединици, као и у једном друштву, зависи – од броја радника, од радног времена и од сложености њиховог рада. Овај квантум може се израчунати помоћу следећих образаца: $р = ч \times кс$; $Р = ч_1 \times (кс)_1 + ч_2 \times (кс)_2 + \dots + ч_n \times (кс)_n$. На овај начин се било који рад своди на рад исте сложености. Први образац показује како се израчунава квантум рада једног радника. А други, квантум рада више радника у једном процесу.

(3) Распоживост само капитала и радне снаге је недовољан услов за производњу. Да би дошло до ње неопходно је и *предузетништво*, под којим се подразумевају пословна иницијатива и пословна способност. Неопходно је да постоје они који ће проналазити одговарајуће инвестиционе пројекте, затим реализовати те пројекте и, на крају, вршити њихову експлоатацију. Садржај предузетништва огледа се нарочито у следећем:

- формирању предузећа и његовом конституисању као правног лица;
 - пословању у складу са законским прописима;
 - остваривању физичког учинка;
 - остваривању прихода на тржишту или по тржишним условима;
 - изласку на светско тржиште; као и
 - усклађивању и остваривању интереса запослених, власника капитала и друштва у целини.
-

У предузећима организованим као друштва лица, предузетници су углавном власници капитала. Они руководе малим предузећима, а као награду добијају профит. Њихове пословне способности и могућности су, уз могуће изузетке, ограничене. Због тога, ова предузећа у великом броју пропадају али се и нова оснивају, а на тржишту најчешће наступају као кооперанти великих предузећа.

Друштва капитала најчешће су велика предузећа. Она имају веома сложене технолошке и економске процесе. Њима не може руководити једно лице, него само група стручно оспособљених људи. Челници групе, тзв. менаџери, доносе одлуке тако што примају и процењују специјализоване информације које дају њени чланови. У таквим предузећима извршено је одвајање својине од руковођења.

Корпорацијско предузетништво одликује подела на предузетнике менаџере који имају извршну улогу у вези са руковођењем и предузетнике научне сараднике који њихове одлуке припремају, научно испитују и проверавају. Ови други, ангажовани су најчешће у организационим јединицама корпорације (као што су техничко-технолошке лабораторије и институти, маркетинг службе и др.), али и ван корпорације (у научним институтима, адвокатским канцеларијама и др.).

Менаџери не морају да имају акције предузећа. За свој рад не добијају профит, већ плату. Носиоци су руководне функције која се огледа у предузимању мера, обезбеђивању средстава, и слично – за остваривање управних одлука које доноси скупштина акционарског друштва и, делом, управни одбор. У свом раду имају висок степен самосталности, али и одговорности.

Интереси менаџера у великој су сагласности са интересима власника капитала, као и са интересима друштва у целини. Њихове плате и њихов положај зависе дугорочно од раста предузећа, раста цена акција и сл. Ово је у интересу и власника капитала, као и друштва.

У акционарским предузећима присутна је појава осамостаљивања предузетништва. Она се огледа у следећем: менаџери мање-више постају носиоци и управне функције. То им омогућава значајан износ неакционарског капитала, који чине издвојена средства за акумулацију и разни кредити. Затим, омогућавају им то ситни акционари, дајући им пуномоћја да располажу њиховим гласовима на скупштини акционарског друштва.

2. 3. Резултати репродукције или учинак предузећа

Учинак или резултат производње у једном предузећу има два облика – натурални, у изразу врста и количина производа (1), и вредносни (2). Вредносни се изражава у једној заједничкој јединици мере. То је новчана јединица која служи за обрачун вредности.

(1) Овај учинак у *натуралном облику* чине *обим производње* и *обим реализације или продаје*. (У области робног промета, тј. у области трговине, уместо о биму производње и обиму реализације говори се о обиму промета.)

Обим производње чине врсте и количине производа које треба произвести, односно произведених у одређеном периоду. А обим реализације, врсте и количине производа које треба продати, односно продатих у том периоду. Између њих треба да постоји једнакост. Међутим, може се јавити и разлика, на коју указују увећане или умањене залихе. Обим производње учинак је набавке и саме производње. За обим реализације, пак, може се рећи да је учинак свих фаза у процесу репродукције предузећа.

Врсте и количине производа називају се асортиманом производње. Он се може поделити на основни и допунски. Основни асортиман чине врсте и количине производа са којима предузеће остварује највећи део прихода и профита. А допунски, чине остале врсте и количине производа које оно производи за продају. Један број производа из допунског асортимана чине нови веома рентабилни производи, који се тек уводе у производњу. Затим, и слабо профитабилни производи, чија је замена у производњи већ почела. Други део производа из допунског асортимана чине производи који се остварују у оквиру помоћних и споредних делатности предузећа.

(2) Основне врсте учинка предузећа у *вредносном облику* јесу: *брuto приход* (а), *додатна вредност* (б) и *добитак или губитак* (в). Они се остварују на тржишту, на бази обима производње и реализације.

(а) Бруто приход је, пре свега, вредност реализације производа предузећа у одређеном периоду по њиховим текућим продајним ценама. У мањој мери, остварује се и по другим основима. Рецимо, по основу куповине хартија од вредности и по основу издавања вишкова капацитета у закуп.

Бруто приход предузећа назива се још укупним приходом. Може се назвати и бруто производом, с обзиром да се користи приликом израчунавања бруто продуктивности капитала и бруто продуктивности рада.

(б) Додатна вредност назива се и нето производом. То је остварени износ бруто прихода умањен за трошкове предмета рада. Уствари, то је вредност коју робни произвођач ствара и коју додаје набавној вредности предмета рада. Наиме, да би остваривао одређени учинак у извесном обиму, робни произвођач обезбеђује средства за рад и радну снагу. Са почетком производње неопходни су му и предмети рада да би их обликовао у одређена добра. Набавља их са стране по динамици и у количинама према захтевима процеса и обима производње. Он не ствара њихову вредност, за њега је она дата величина. Њеном износу додаје сопствену вредност, а то је вредност утрошених средстава за рад и живог (текућег) рада.

Додатна вредност присутна је у свакој фази репродукције, те представља добру основу за опорезивање учесника у репродукцији.

(в) Добитак је позитивна разлика између бруто прихода и расхода, а губитак негативна разлика. У ширем смислу, реч је овде о финансијском резултату предузећа. Губитак је негативни учинак који умањује износ сопственог капитала предузећа. Добитак га повећава.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Производња; 2. Привредна добра; 3. Репродукција; 4. Капитал; 5. Рад; 6. Предузетништво; 7. Средства за рад; 8. Оруђа за рад; 9. Предмети рада; 10. Сировине; 11. Полуфабрикати; 12. Средства за производњу; 13. Радна снага; 14. Радници; 15. Обим производње и реализације; 16. Обим промета; 17. Бруто приход; 18. Додатна вредност; 19. Финансијски резултат; 20. Добитак; 21. Губитак.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Шта обезбеђује економија људима?
2. Зашто производња има друштвени карактер?
3. Наведи основне појавне облике или облике егзистенције капитала!
4. Који од ових облика истичемо као елеменат туђег капитала?
5. Зашто се земља (која је по суштини природно добро) наводи као елеменат капитала?
6. Како се мери количина утрошеног рада, и који проблем се јавља у вези са тим?
7. У чему се огледа садржај предузетништва?
8. Ко су предузетници у појединим врстама предузећа?
9. Који су учинци или резултати предузећа у природном облику?
10. Који су учинци или резултати предузећа у вредносном облику?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Укупна вредност капитала у предузећу на крају године (по попису) износи 100.000. При томе, потраживања предузећа су 20.000, а обавезе 10.000. *Израчунај износ сопственог капитала на почетку следеће године!*
2. Укупна вредност капитала у предузећу на крају године (по попису) износи 100.000. Од тога су обавезе 10.000. Остварен је добитак од 15.000 и исти распоређен за фондове и за дивиденде акционарима у сразмери 1 : 2. *Израчунај стварни расположиви износ сопственог капитала на почетку следеће године! Израчунај износ укупног капитала!*
3. Вредност капитала у предузећу износи 100.000. При томе, потраживања су му 30.000, а обавезе 20.000. У укупној вредности капитала готови производи учествују са 10%. Због неодговарајућих услова њиховог чувања

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

уочено је приликом пописа да им је умањен квалитет, па је извршено снижавање њихових цена за 30% у циљу распродаје. *Израчунај износ сопственог капитала!*

4. *Израчунај месечну количину рада групе од 8 радника, ако су њихови часови ефикасног рада и коефицијенти његове сложености следећи:*

Број Радника	Часови ефикасног рада	Квалификација Радника	Коефицијенти сложености рада
2	360	неквалификовани	1,0
5	800	квалификовани	1,2
1	180	висококвалификовани	1,5

3. Ангажовање производних ресурса

3.1. Појам ангажовања производних ресурса и врсте приноса

(1) Ангажовање, предујмљивање или улагање производних ресурса јесте процес њиховог обезбеђивања. Сваки ресурс има свој карактеристични процес обезбеђивања. Уопште, ради обављања одређене или одређених делатности ангажују се рад и капитал. Рад се изражава бројем запослених радника, а капитал вредносно. Какав ће бити однос капитала и рада приликом њиховог ангажовања, то зависи пре свега од врсте делатности.

(2) О приносима на основу ангажовања производних ресурса говоримо најпре занемарујући утицај привредног циклуса. Уз непроменљивост осталих производних ресурса, почетак улагања једног (ако он недостаје или је недовољан) доводи најпре до растућег, а затим до опадајућег приноса (све до његовог престанка). Под приносом подразумевамо повећање оствареног бруто прихода предузећа.

Врсту приноса код ангажовања једног ресурса можемо утврдити – на основу односа његове граничне и укупне продуктивности, као и вредности коефицијената еластичности производње према повећању тог ресурса.

Укупну односно просечну продуктивност (или производ) ангажованог производног ресурса j -те врсте ($ПР_j$), за $j = 1$ до n , израчунавамо као количник остварене производње или прихода ($П$) и ангажованог износа тог ресурса (P_j): $ПР_j = П / P_j$. А граничну продуктивност (или производ), као количник додајне производње односно прихода ($ΔП$) и додајног ангажованог износа овог ресурса ($ΔP_j$): $гПР_j = ΔП / ΔP_j$. Растући принос – када је реч о једном производном ресурсу – остварује се ако му је гранична продуктивност већа од просечне односно укупне. Ако је мања, принос је опадајући. У случају њихове једнакости, имамо једнаки принос.

Коефицијент еластичности производње према уложеном ресурсу P_j ($ЕПР_j$) показатељ је односа процента повећања производње (прихода) и процента повећања ангажованог износа овог ресурса: $ЕПР_j = \%П / \%P_j$. Вредност овог коефицијента указује на врсту приноса: $ЕПР_j > 1$ значи растући принос, $ЕПР_j = 1$ значи једнаки принос и, $ЕПР_j < 1$ значи опадајући принос.

На основу врсте приноса видимо да ли је један ресурс дефицитаран или суфицитаран у производњи. У случају растућег приноса производни ресурс је дефицитаран, а у случају опадајућег он је суфицитаран. Недостатак или вишак једног ресурса може се утврдити и независно од приноса, преко степена његовог коришћења. Ако је ангажован у већој мери, користи се мање времена (недовољно, у мањем броју смена). И супротно.

Еластичност производње можемо израчунати и у односу на улагање свих производних ресурса, односно рада и капитала, а према обрасцу:

$$E_{P, K} = \frac{\%P}{\sqrt{\%P \times \%K}}$$

Вредност израчаног коефицијента означава врсту приноса исто као у случају једног фактора. Растуће приносе имамо пре свега код предузећа која производе нове производе, где је обим производње значајно мањи од потреба. А опадајуће приносе, код предузећа чији обим производње премашује обим потреба. Врста приноса показује, овде, да ли су капацитети предузећа дефицитарни или суфицитарни на тржишту.

(3) О приносима који се остварују у предузећу на основу ангажовања производних ресурса може се говорити и под утицајем привредног циклуса. У току рецесије или кризе долази до опадајућих приноса. Супротно, у време раста и просперитета остварују се растући приноси.

3. 2. Оптимална комбинација и супституција ангажованих производних ресурса

(1) На основу вредности граничних производа појединих производних ресурса, као и на основу коефицијената еластичности производње ових ресурса – може се утврдити да ли је састав (тј. комбинација) ангажованих производних ресурса оптималан односно најбољи могући. Оптималност имамо ако су појединачно односи граничних производа појединих ресурса ($гПр_i$) и њихових набавних цена ($нц_i$) међусобно једнаки: $гПр_1 / нц_1 = гПр_2 / нц_2 = \dots = гПр_n / нц_n$.⁶⁾ Такође, и ако су појединачно коефицијенти еластичности производње према улагању појединих ресурса једнаки јединици: $E_{Pr_1} = 1; E_{Pr_2} = 1; \dots; E_{Pr_n} = 1$. Или, ако су међусобно једнаки: $E_{Pr_1} = E_{Pr_2} = \dots = E_{Pr_n}$.⁷⁾

Производне ресурсе код ангажовања можемо посматрати и агрегатно, као две врсте – капитал и рад. Њихову оптималност ангажовања имамо ако је $гПК / ПК = гПр / нцР$, где би $нцР$ била једнака просечној заради по раднику. Такође, ако су: $E_{Pk} = 1; E_{Pr} = 1$. (Или, ако је $E_{Pk} = E_{Pr}$ – у случају ангажовања у току раста и просперитета једног привредног циклуса.)

6) Појединачно, производни ресурси немају исте физичке јединице мере. На пример, код радне снаге физичка јединица је радник, а код цемента цак. То су и минималне количине код њиховог ангажовања. Њихова минимална продуктивност није иста – код једног радника то је просечна зарада по раднику, а код цака цемента то је његова цена. Уопште, минимални гранични производ једног ресурса одређен је његовом набавном ценом.

У случају неоптималне комбинације ангажованих производних ресурса оправдано је вршити њихову супституцију. Суфицитарне ресурсе у производњи треба делом замењивати дефицитарним. Ако је реч о два ресурса, замена има сврху све док је: пад вредности производње (прихода) услед замене ресурса p_1 мањи од повећања вредности производње услед додајног ангажовања ресурса p_2 .

Код оптималне комбинације ангажованих производних ресурса није могуће повећавати производњу на основу супституције појединих ресурса.

Дакле, у случају оптималности имамо да је:

$$-\Delta p_1 \times \text{гПр}_1 + \Delta p_2 \times \text{гПр}_2 = 0.$$

Деобом ове једнакости са $\Delta p_2 \times \text{гПр}_1$, и њеним сређивањем, добијамо следећи израз оптималности:

$$\frac{\Delta p_1}{\Delta p_2} = \frac{\text{гПр}_2}{\text{гПр}_1}.$$

Израз на левој страни ($\Delta p_1 / \Delta p_2$) показује меру или коефицијент тзв. техничке супституције два ресурса. То јест, супституције дела ресурса p_1 са делом ресурсом p_2 . Израз на десној страни показује однос граничне продуктивности ресурса који се јавља као супститут (p_2) и граничне продуктивности ресурса који се супституише односно замењује (p_1).

(2) У досадашњем приказу, цене ангажованих ресурса биле су занемарене. Тако, што извесни ресурси нису квантифицирани вредносно. Или, пак, на основу (имплицитне) претпоставке нулте инфлације, где је коефицијент промене цена једнак јединици. Међутим, промене цена су стално присутна и значајна појава.

Промена набавних цена ресурса утиче на њихову продуктивност. То

Капитал као (агрегирани) производни ресурс има само једну заједничку јединицу мере, новчану јединицу. Код ангажовања, пошто је комплементаран са радном снагом (као другим основним ресурсом), његова јединица ангажовања (у смислу физичке јединице) могла би бити цена радног места у изразу капиталне опремљености рада (K / P). Тако, пошто се капитал и рад ангажују заједно, улагање капитала требало би вршити најмање у износу цене једног радног места. Међутим, износ предумњеног капитала условљен је и многим променама независно од радне снаге, као што су: промене нивоа залиха, промене нивоа стања новчаних средстава и потраживања, промене стања под утицајем ревалоризације итд. Према томе, минималну продуктивност капитала не одређује његова цена, нити цена радног места. Одређује је, може се рећи, бруто продуктивност капитала у делатности у којој се врши инвестирање. У смислу, да мора бити: $\text{гПК} \geq \text{ПК}$.

7) У случају ангажовања у току раста и просперитета једног привредног циклуса.

јест, доводи у питање остварену оптималност њихових ангажованих износа. Да би остварио планирани финансијски резултат, произвођач у вези с тим предузима низ мера, а нарочито: редукује залихе, мења цене својих производа и услуга и врши супституцију ресурса у производњи.

Супституција се најчешће врши под претпоставком даје вредности производње (П) као аутпута, и даје вредности суме ангажованих производних ресурса (ВА) као инпута. У случају два ресурса, ако је ресурс p_1 поскупео (Δc_1) – врши се супституција повећања његове цене са додајном количином ресурса p_2 (који није поскупео). Уствари, врши се супституција дела ресурса p_1 са делом ресурса p_2 . То доводи до промене почетне комбинације ангажовања ових ресурса ($KP^1_{1,2}$). То јест, доводи до формирања њихове нове комбинације ($KP^2_{1,2}$).⁸⁾

Ако је смањење ангажоване вредности ресурса p_1 због његовог поскупљења једнако повећању ангажоване вредности ресурса p_2 (који није поскупео), тј. ако је супституисана вредност првог ресурса једнака додајној вредности другог, имамо:

$$-\Delta c_1 \times p_1 + \Delta p_2 \times c_2 = 0.$$

Деобом ове једначине са $\Delta p_2 \times p_1$, и њеним сређивањем, добијамо:

$$\frac{\Delta c_1}{\Delta p_2} = \frac{c_2}{p_1}.$$

На левој страни добијене једнакости имамо граничну стопу супституције повећања цене ресурса p_1 са повећањем ангажоване количине ресурса p_2 . Ова једнакост показује услов задржавања степена оптималности комбинације ангажованих производних ресурса.

Повећање ангажоване количине ресурса p_2 (Δp_2) израчунавамо према следећем обрасцу:

$$\Delta p_2 = \frac{\Delta c_1 \times p_1}{c_2}.$$

А количину p_1 у новој комбинацији ангажованих производних ресурса (p^2_1), према обрасцу:

8) Употребљени експоненти овде нису израз потенције, него само бројеви за ознаку и разликовасње комбинације ангажованих производних ресурса.

$$p^2_1 = \frac{p_1 \times c_1 - \Delta c_1 \times p_1}{c_1 + \Delta c_1}.$$

Разлика између p^2_1 и p^1_1 показује смањење количине ангажованог ресурса p_1 услед његовог поскупљења ($-\Delta p_1$).

Супституцију о којој је управо било речи приказујемо на примеру 1.

Пример 1.

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа
$p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = \text{ВА};$ $10 \times 40 + 30 \times 10 = 700.$	$\Delta c_1 = 10.$
$KP^1_{1,2} = \{p_1 = 10; p_2 = 30\}.$	$\Delta p_2 = 10;$
$\Pi^1_{1,2} = \{c_1 = 40; c_2 = 10\}.$	$\Delta p_1 = 10.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$\Delta p_2 = (\Delta c_1 \times p_1) / c_2 = (10 \times 10) / 10 = 100 / 10 = 10.$$

$$-\Delta c_1 \times p_1 + \Delta p_2 \times c_2 = 0; \quad -10 \times 10 + 10 \times 10 = 0.$$

То јест, $\Delta c_1 / \Delta p_2 = c_2 / p_1; \quad 10 / 10 = 10 / 10.$

$$p^2_1 = (p_1 \times c_1 - \Delta c_1 \times p_1) / (c_1 + \Delta c_1) = (400 - 100) / (40 + 10) = 6.$$

$$-\Delta p_1 = p^2_1 - p^1_1 = 6 - 10 = -4.$$

$$KP^2_{1,2} = \{p_1 = 6; p_2 = 40\}.$$

$$\Pi^2_{1,2} = \{c_1 = 50; c_2 = 10\}.$$

$$p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = \text{ВА}; \quad 6 \times 50 + 40 \times 10 = 300 + 400 = 700.$$

На крају, истичемо следеће. Супституција ресурса има већи значај у производној потрошњи. Њена сврха овде јесте задржавање трошкова на одређеном нивоу у условима промена цена производних ресурса на тржишту. И даље, задржавање цена готових производа. Она има исту суштину, суштину коју смо управо приказали у наведеном примеру.

3. 3. Техничка и капитална опремљеност рада (и супституција рада капиталом)

(1) Састав или однос капитала и рада показује нам каква је опремљеност текућег живог рада опредмећеним. Може се говорити о техничкој и о капиталној опремљености рада.

Техничка опремљеност рада јесте однос количина појединих елемената капитала (посебно средстава за рад и предмета рада) с једне стране, и броја запослених радника с друге. Не може се израчунати јединствени коефицијент техничке опремљености рада, него се израчунава скуп тих коефицијената. Вредности ових коефицијената имају тенденцију раста.

У досадашњем развоју људског друштва техничка опремљеност рада се повећавала, нарочито са појавом машинске производње. Она је услов повећања продуктивности рада и, чини се, да нема границу.

Робни произвођачи повећавају техничку опремљеност живог-текућег рада, а тиме и његову продуктивност, ради остваривања екстра профита путем снижавања трошкова. Увођење машина у производњу појевтињује производе, јер вредности машина имају тенденцију стагнације а вредност радне снаге тенденцију повећања. Оно значи замену ручног рада машинским. До ове замене долази прво у најразвијенијим земљама, где је радна снага и најскупља. Као критеријум за увођење машина и повећање техничке опремљености рада може послужити однос трошкова ручног и трошкова машинског остваривања одређене производње. Упоређују се, за дати обим производње, пре свега трошкови радне снаге са трошковима машина. Ове друге чине углавном: амортизација, трошкови погонског горива, трошкови одржавања и трошкови радне снаге која опслужује машине. Замена је оправдана чим трошкови радне снаге премаше трошкове машина чије су цене дате. Односно, чим трошкови машина падну испод трошкова радне снаге; у случају кад им као новим производима пада цена са повећањем обима производње.

Капитална опремљеност рада изражава се коефицијентом односа вредности предујмљеног капитала и броја запослених радника. Она има тенденцију повећања. Разлоге ове тенденције овде смо навели.

(2) Са повећањем капиталне опремљености рада врши се супституција рада капиталом. Та супституција остварује се на основу споријег раста рада од раста капитала у процесу репродукције. Рад се релативно повећава у мери пораста укупног односно радно способног становништва. С друге стране, капитал се повећава у мери пораста производње, тј. у мери пораста рада и мери пораста његове продуктивности.

3. 4. Продуктивност ангажованих производних ресурса

Продуктивност капитала и продуктивност рада изрази су и показатељи производних могућности или ефикасности основних производних ресурса – када је реч о њиховом ангажовању. Овде говоримо о бруто продуктивности ових ресурса, тј. о утицају који имају на бруто вредност остварене производње (укупан приход предузећа). Продуктивност капитала (ПК) јесте однос или количник вредности остварене производње (П) и вредности пре-

дујмљеног односно ангажованог капитала (К): $ПК = П / К$. Док, продуктивност рада (ПР) јесте однос или количник вредности остварене производње (П) и броја запослених радника (Р): $ПР = П / Р$.⁹⁾

(1) Продуктивност капитала показатељ је броја обрта овог ресурса у процесу репродукције предузећа.

Као што смо већ рекли, разликујемо укупну и граничну продуктивност капитала (ПК, гПК). Укупну продуктивност овог ресурса (ПК) називамо и просечном продуктивношћу. Гранична продуктивност (гПК) је однос додајне вредности производње ($\Delta П$) и додајне вредности ангажованог капитала ($\Delta К$): $гПК = \Delta П / \Delta К$.

Реципрочне вредности укупне и граничне продуктивности капитала називају се у теорији капиталним коефицијентима. Говори се, тако, о просечном и граничном капиталном коефицијенту. Истиче се – као теоријски закључак односно законитост – да је у привреди, дугорочно, просечни капитални коефицијент непроменљив, а да је гранични мањи од просечног. То значи да се по јединици додајног капитала остварује већи износ домаћег бруто производа него ли по јединици укупног капитала.¹⁰⁾

Овом теоријском закључку додајемо следеће. Продуктивност укупног капитала је дугорочно непроменљива. Међутим, у појединим фазама привредног циклуса укупна и гранична продуктивност капитала се мењају. У време рецесије продуктивност капитала (и укупна и гранична) се смањује, а у време раста и просперитета она се повећава. У првој фази привредног циклуса (рецесији) гранична продуктивност капитала је мања од његове укупне продуктивности, а у другој фази је већа. Једнакост граничне и укупне продуктивности капитала имамо када је раст капитала (релативно, у проценту) једнак расту вредности производње.

(2) Продуктивност рада, као израз производне способности радника, условљена је пре свега његовом капиталном опремљеношћу коју показује однос капитала и броја запослених радника ($К / Р$). Ако је у обрасцу $ПР = (П / К) \times (К / Р)$ продуктивност капитала ($П / К$) непроменљива величина, онда продуктивност рада расте у мери повећања његове капиталне опремљености. Дакле, већа капитална опремљеност рада услов је остваривања његове веће продуктивности. Из управо наведеног обрасца видимо да је и продуктивност капитала детерминанта продуктивности рада. Односно, видимо да

9) Продуктивност рада је заправо показатељ производне способности утрошеног или ефективног рада радника. Међутим, под претпоставком да је утрошени рад једнак ангажованом, може се израчунати и према броју запослених радника.

10) Већа продуктивност додајног не доводи до повећања продуктивности укупног капитала. Јер, укупни капитал у функцији губи своју производну способност. Временом нови капацитети застаревају. Уз то, са повећањем производње цене елемената нове капиталне опреме опадају, што се одражава и на вредност производње произвођача нових производа.

постоји међузависност; продуктивност капитала се не остварује сама по себи, него уз ангажовање и утицај запослених радника.

Производна способност радника, тј. продуктивност ангажованог рада, има тенденцију повећања. Овакво кретање произилази из сталне међусобне конкуренције предузећа као тржишних субјеката. Чак и у време рецесије, продуктивност рада је знатно мање подложна опадању него ли продуктивност капитала. (Јер, смањивање производње прати мање-више и смањивање броја запослених радника.)

3. 5. Производне функције предузећа

(1) На нивоу предузећа, производња је условљена расположивим ресурсима (износом капитала и бројем запослених радника). Она је функција тих ресурса. Затим, условљена је и ефикасношћу њиховог коришћења (у изразу продуктивности капитала и продуктивности рада). Улагање односно ангажовање ресурса назива се инпутом, а остварена производња аутпутом.

У поступку анализе, утврђују се производне функције сваког фактора појединачно. С обзиром на доминацију два основна фактора – капитала и рада – ове функције исказују се у општем облику помоћу следећих математичких израза:

$$П = ф (К); \quad П = ф (Р).$$

Употребљени симболи у наведеним изразима имају следеће значење: П – производња; ф – зависност, функција; К – ангажовани-предујмљени капитал; Р – ангажована радна снага, број запослених радника.

(2) Прва функција – у којој се капитал јавља као инпут – интересује пре свега инвеститоре. Њих интересује утврђивање номиналне вредности производње (као аутпута), нарочито њеног износа у будућем периоду (Π_1). Произилази, на основу досадашње анализе, да се овај износ може израчунати према обрасцу:

$$\Pi_1 = (\Pi + \Delta\Pi) \times \{1 + (\%i_1 / 100)\},$$

$$\text{где је } \Delta\Pi = \Delta K, I \times r_{ПК}.$$

Наведени симболи у овим математичким изразима имају следеће значење: П – номинална вредност остварене производње у полазној (базној) години; $\Delta\Pi$ – износ увећања вредности остварене производње (П) у наредној години; $\%i_1$ – очекивана стопа инфлације у наредној години; $\Delta K, I$ – додјатни износ капитала (тј. нето инвестиције) који ће бити ангажован ради

проширења материјалне основе рада и увећања производње у наредној години; гПК – гранична продуктивност капитала у полазној години.

Код увећања производње у овом случају, обезбеђивање додајног износа капитала најчешће није проблем. Проблем је управо могућност његовог оплођивања у смислу остваривања производње односно бруто прихода као аутпуа. На ту могућност указује вредност граничне продуктивности капитала у полазној години. У тој вредности садржана су конјунктурна кретања на тржишту. Ако је она једнака или већа од вредности укупне (просечне) продуктивности овог ресурса у базној години, конјунктурна кретања су повољна. Само по себи, то указује на извесну сигурност и потребу улагања додајног капитала у процесу репродукције предузећа.

(3) Друга функција – у којој се рад јавља као инпут – има шири значај. Она се заснива на повећању ангажоване радне снаге, као и продуктивности рада. Односно базира се на извесном доприносу предузећа повећању броја запослених радника и друштвено-економском развоју (утврђеним као макроекономским циљевима). Ову функцију у конкретном облику – облику који омогућава израчунавање номиналне вредности производње у наредној години (Π_1), као аутпута – приказујемо овде двојако, помоћу обрасца:

$$\Pi_1 = \Pi \times \{1 + (\% \Pi / 100)\} \times \{1 + (\% i_1 / 100)\},$$

$$\text{где је } \% \Pi = \% P + \% \text{ПР} + \{(\% P + \% \text{ПР}) / 100\};$$

$$\Pi_1 = (\Pi + \Delta \Pi) \times \{1 + (\% i_1 / 100)\},$$

$$\text{где је } \Delta \Pi = (P \times \Delta \text{ПР}) + \Delta P \times (\text{ПР} + \Delta \text{ПР}).$$

Нови наведени симболи у овим обрасцима имају следеће значење: P, ПР – број запослених радника, продуктивност рада (у базној години); % Π , %P, %ПР – стопе повећања – производње у наредној години, броја запослених радника, као и продуктивности рада; ΔP – повећање броја запослених радника, додајни број радника; $\Delta \text{ПР}$ – износ повећања продуктивности рада.

Износ додајног капитала (ΔK), који омогућава повећање производње према другој функцији, може се израчунати према обрасцу: $\Delta K = \Delta \Pi / \text{гПК}$. Вредност граничне продуктивности капитала (гПК) и у овом случају указује на сигурност и потребу улагања додајног капитала. Ако је она мања од вредности укупне (просечне) продуктивности овог ресурса, то указује пре свега на недостатак тражње и друге проблеме репродукције. То јест, доводи у питање потребу повећања капитала и производње у предузећу.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Ангажовање производних ресурса; 2. Приноси на основу ангажовања; 3. Укупна (или просечна) продуктивност капитала; 4. Гранична продуктивност капитала; 5. Капитални коефицијенти; 6. Еластичност производње према ангажовању датог ресурса; 7. Оптимална комбинација ангажованих производних ресурса; 8. Супституција ангажованих производних ресурса; 9. Коефицијенти супституције; 10. Техничка опремљеност рада; 11. Капитална опремљеност рада; 12. Супституција рада капиталом; 13. Продуктивност рада; 14. Производне функције предузећа.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Шта нам показује врста приноса на основу ангажовања производног (и производних) ресурса?
2. Какво је кретање приноса са улагањем производног ресурса – независно, као и зависно од привредног циклуса?
3. У ком случају се говори о оптималној комбинацији ангажованих производних ресурса?
4. Шта доводи до супституције ангажованих производних ресурса?
5. Чему води повећање техничке опремљености рада у предузећу?
6. Каква је тенденција техничке и капиталне опремљености рада?
7. Шта у највећој мери доводи до повећања продуктивности рада?
8. Какву тенденцију има продуктивност рада, и зашто?
9. Напиши производне функције предузећа у њиховом општем и конкретном облику!

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Предузеће је остварило укупан приход од 1.000.000 са капиталом од 200.000. Повећање капитала за 10% резултирало је у повећању прихода за 20%. *Израчунај просечни и гранични капитални коефицијент! б) Израчунај просечну и граничну продуктивност капитала!*

2. У предузећу је са капиталом од 100.000 и 40 запослених радника у току године остварена производња од 800.000. Са повећањем капитала за 10.000 и броја запослених за 5 радника остварена је производња у наредној години од 900.000. *Израчунај посебно: коефицијент капиталне и коефици-*

јент радне еластичности производње! Израчунај коефицијент еластичности производње у односу на настале промене оба производна фактора! Оцени на основу наведених промена да ли је дошло до повећања или смањења: продуктивности капитала и продуктивности рада; као и капиталне опремљености рада!

3. Израчунај номиналну вредност производње предузећа у наредној години на основу образаца из књиге и следећих података:

а) у случају додајног ангажовања капитала

- остварена производња у базној години 1.000.000,
- повећање капитала, нето инвестиције 30.000,
- гранична продуктивност капитала 2,
- очекивана стопа инфлације у наредној години 10%;

б) у случају додајног ангажовања радне снаге

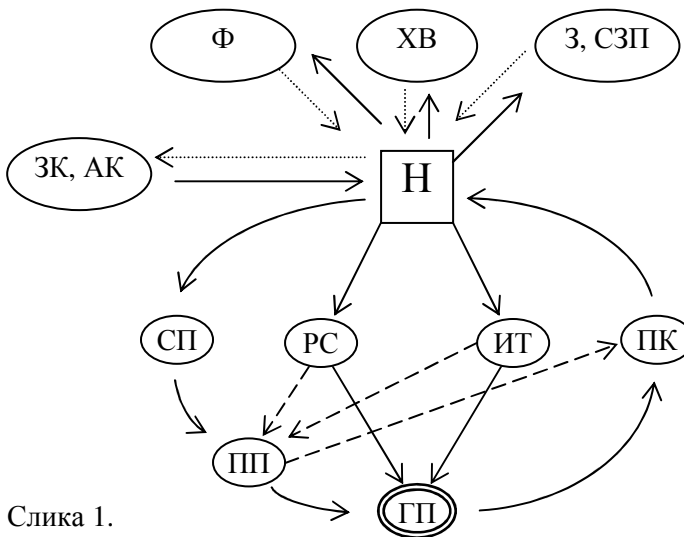
- остварена производња у базној години 1.000.000,
- стопа повећања броја запослених радника 1%,
- стопа повећања продуктивности рада 2%,
- очекивана стопа инфлације у наредној години 10%.

**4. Обрт капитала, репродукциона потрошња
и остваривање вредности**

**4. 1. Кружни ток капитала
и његова подела на стални и оптицајни**

(1) Капитал истовремено постоји и функционише у више облика. У процесу производње он се трансформише. То јест, прелази из једног облика у други, из претходног у наредни. При томе једино је новац и почетни и завршни облик његове егзистенције или постојања. Ову трансформацију називамо кружним кретањем или обртом предујмљеног капитала.

Кружно кретање капитала у једном производном предузећу приказујемо визуелно помоћу шеме, у графикону на слици 1.



Слика 1.

Новац који се налази на (основном) текућем рачуну предузећа (Н) истовремено је и почетни и завршни облик постојања капитала. Он се користи (одлива) – за набавку средстава за производњу (СП); за исплату зарада радника, тј. утрошене радне снаге (РС); као и за разне издатке од којих се многи рачунају као трошкови (ИТ). У процесу производње настају полупроизводи (ПП), а затим и готови производи (ГП).

У продајну вредност готових производа зарачунавају се, прво – трошкови средстава за производњу, исплаћене зараде и накнаде запосленим радницима, као и други новчани издаци предузећа који (према прописима о

утврђивању финансијског резултата у предузећима) чине трошкове производње. Затим, додаје се и извесна зарада тј. добитак или профит предузећа.

Продајом готовних производа настају потраживања од купаца (ПК).

Приликом наплате рачуна за продату робу (производе предузећа) поменута потраживања се гасе, а новац притиче на текући рачун предузећа (Н). С тим, основни кружни ток капитала може почети поново.

Код производне кооперације врши се продаја полупроизвода. У овом случају они имају функцију готових производа. Испрекиданим линијама у приказаној шеми назначени су ток формирања продајних вредности полупроизвода и ток њихове продаје и настанка потраживања од купаца.

Новчани прилив на основном рачуну чини приход предузећа. С друге стране, одлив са тог рачуна углавном је израз његових расхода. У општем случају приход је већи од расхода (јер је у износ продајних цена и вредности урачунат и профит или зарада предузећа).

Истовремено са приказаним основним кружним током производног капитала одвијају се и његови споредни токови. Реч је о следећем. Један део прихода издваја се у новчане фондове предузећа (Ф). Основни фондови су: фонд амортизације, фонд акумулације и резервни фонд. Приликом наменског коришћења ових фондова новчана средства се враћају на основни рачун предузећа, најчешће са каматом. Затим, често се део прихода користи за куповину различитих хартија од вредности (ХВ). Оне доносе принос у облику камате и дивиденде, а могу се и продавати. Такође, део прихода може се користити и за куповину земље и средстава заједничке потрошње (З, СЗП), а у циљу добијања ренте и остваривања допунских прихода и извесних права запослених.

Споредни ток имамо и у вези коришћења туђег капитала. Када се тај капитал добија, као зајмовни или акционарски (ЗК, АК), он притиче на основни рачун предузећа. Међутим, када се капитал враћа и исплаћују камата и дивиденда, имамо одлив са тог рачуна.

Један део реализоване вредности искаче из кружног тока, приликом плаћања пореза на добитак и других обавеза за друштвену потрошњу. Такође, он се може и враћати (у облику регреса, дотација, премија и слично).

Обрт производног капитала врши се уз изванредан пословни ризик. Најтежа и најризичнија фаза јесте продаја. У овој фази долази до изражаја противуречност између индивидуалног и друштвеног карактера рада.

(2) Време обрта капитала је период у коме се изврши један кружни ток тј. обрт капитала. Оно се израчунава у данима. Најчешће је краће од 365 дана. У производњи, тај обрт се одвија у три основне фазе. У првој фази се врши набавка односно предујмљивање капитала и радне снаге. У другој фази, трошење ових ресурса ради остваривања одређеног учинка (одређених производа или услуга). И на крају, у трећој фази, врши се продаја остваре-

ног учинка. Све наведене фазе одвијају се истовремено, тако да се међусобно преклапају. Због тога се времена њиховог трајања не могу сабирати.

Код услуга (производа нематеријалне садржине) фаза производње истовремено је и фаза продаје. Јер, услуга се пружа тек на основу њеног уговарања и спремности купца односно корисника да је плати.

Време или трајање једног обрта (ВО) утврђује се на основу броја дана у години (365) и броја обрта капитала у тој години, према обрасцу:

$$\text{ВО} = \text{број дана у години} / \text{број обрта капитала.}$$

Да би утврдили време обрта, морамо најпре израчунати број обрта капитала (БО). Овај број израчунава се помоћу следећег обрасца:

$$\text{БО} = \text{брutto приход} / \text{предујмљени капитал.}$$

Број обрта може се израчунати и у случају само једног елемента капитала. У овом случају, он се утврђује према обрасцу:

$$\text{БО} = \text{промет} / \text{предујмљени елеменат капитала.}$$

Под прометом подразумевамо излаз са одређеног рачуна (односно из одређеног магацина) у току године. А под предујмљеним елементом капитала, подразумевамо просечно стање на том рачуну.

Број обрта појединих елемената капитала није исти. Најмањи је код средстава за рад (пошто је њихов век трајања дужи од једне године).

Обрт капитала у појединим делатностима је различит. Пре свега, због различите техничке опремљености рада, као и због различитих поступака који се примењују приликом стварања учинка. Одређени утицај имају и разлике у карактеристикама и степену задовољености потреба. Ово су објективни разлози. Он није једнак ни код свих предузећа у оквиру једне делатности. Углавном, из субјективних разлога. Но, одређени утицај могу имати и објективне околности. На пример, експлоатација угља у неједнаким природним условима доводи до различитог обрта капитала у појединим рудницима са истим капиталом.

У једној делатности, бржи обрт капитала у појединим предузећима доноси им већи профит.

(3) Подела капитала у предузећу на стални и оптицајни извршена је према брзини и времену обрта појединих његових елемената. За стални капитал се користе још два назива: фиксни капитал (или фондови) и основна средства. А за оптицајни капитал, називи: циркулирајући капитал (или фондови) и обртна средства. Стални капитал чине елементи предујмљеног капи-

тала који имају број обрта мањи од јединице. То јест, који имају време обрта дуже од једне године. Док, оптицајни капитал чине елементи који имају број обрта већи од јединице, односно време обрта краће од једне године.

Предузеће у пословању рачуна са одређеним износом – како сталног, тако и оптицајног капитала. Износи оптицајног капитала са којима се рачуна (као нормалним или оптималним залихама и стањима) називају се трајним обртним средствима. Ова средства (која чине највећи део оптицајног капитала) обезбеђују се пре свега из сопствених извора, као што је то случај и са основним средствима.

4. 2. Трошење производних ресурса и врсте трошкова

У процесу производње предујмљени капитал и радна снага се троше. Настају утрошци и на основу њих одређени учинак (производ, тј. роба). Исто тако, настају трошкови. Утрошак је количина утрошеног производног ресурса. А трошак је вредност утрошка (умножак утрошка и његове цене по јединици мере). Трошкови су и одређени расходи (новчани издаци) који се не јављају по основу утрошка него се рачунају као трошкови.

(1) Сви трошкови у једном производном предузећу јесу трошкови производње, односно трошкови његове репродукције. Могуће је поделити их на материјалне (а) и нематеријалне (б).

(а) *Материјални трошкови* су вредности утрошака материјалне садржине. Чине их: трошкови средстава за рад и трошкови предмета рада.

Трошкови средстава за рад су пре свега: амортизација и трошкови инвестиционог одржавања или тзв. генералног ремонта.

Предујмљена средства за рад троше се физички (што се манифестује кваровима и застојима), као и временски (што се манифестује њиховим застаревањем). Утрошци средстава за рад јављају се приликом њиховог физичког трошења, најчешће у облику истрошених делова. Међутим, код њиховог временског трошења нема утрошака, већ само одређених новчаних издатака који проистичу из потребе да се замене у одређеном року (зато што су се у међувремену појавила нова средства за рад веће производне могућности и економичности).

Амортизација се обрачунава на два начина: временски и функционално. У првом случају, њен годишњи износ добија се као количник набавне вредности једног средства за рад и века његовог трајања: ¹¹⁾ $AM = НВСП / ВТ$. Односно, као умножак набавне вредности средства за рад и одговара-

11) Набавну вредност једног средства за рад чине: његова фактурна вредност (цена), трошкови допреме, царински издаци, трошкови утовара и истовара, трошкови уградње и други трошкови који настају до почетка његове наменске употребе. Век трајања није исти код свих средстава за рад.

јуће стопе амортизације: $AM = (НВСР \times \%AM) / 100$. А у другом случају, као умножак остваре производње као учинка у току године (О) и износа амортизације по јединици тог учинка (ам), где су: $ам = НВСР / \Sigma O$; ΣO – укупна производња као учинак која се може остварити у укупном веку трајања предујмљеног средства за рад.

Набавна вредност средстава за рад умањена за износ (обрачунате и издвојене) амортизације, јесте садашња вредност ових средстава.

Стопе амортизације, које треба да се утврђују као минималне и максималне, указују на век трајања имплицитно (он се добија као количник броја 100 и стопе амортизације извесног средства за рад). Минималне стопе онемогућавају преливање вредности средстава за рад у доходак. Оне служе као инструмент очувања вредности поменутих средстава, као и њихове замене у одређеном року. С друге стране, максималне стопе онемогућавају преливање добитка, тј. евидентирање и приказивање једног његовог дела у облику амортизације. Минималне стопе обавезне су пре свега за јавна предузећа, а максималне за сва предузећа.

Временски обрачуната амортизација је фиксни трошак. Њен износ у извесном периоду не зависи од обима производње.

Трошкови инвестиционог одржавања настају приликом крупних оправки и за време тзв. генералног ремонта. Пошто њихов износ представља изузетно велику ставку у укупним трошковима предузећа у том времену (месецу, полугођу, па и години), те угрожава добитак – морају се надокнађивати у дужем року. У пракси, они се додају набавној вредности средстава за рад, па се надокнађују преко амортизације. Тако, са смањивањем садашње вредности средстава за рад (приликом обрачуна и издвајања амортизације) иде и њено повећање.

По истеку века трајања средстава за рад, када се врши њихова замена, јављају се тзв. ликвидациони расходи и ликвидациони приходи. У случају њихове једнакости, они се могу занемарити и губе значај. Међутим, у случају значајне неједнакости где су ликвидациони расходи вишеструко већи, поставља се питање надокнаде ове разлике. Очито пример је, рецимо, једна нуклеарна електрана.

Са овом разликом треба поступати слично као са трошковима инвестиционог одржавања. То јест, треба је унапред укалкулисати у износ амортизације. Образац за израчунавање годишњег износа амортизације био би: $AM = (НВСР - ЛП + ЛР) / ВТ$, односно $AM = (НВСР - ЛП + ЛР) \times \%AM / 100$. Поменута разлика у овом случају оптерећивала би цену производа, па би падала на терет потрошача тог производа (рецимо, електричне енергије ако је реч о нуклеарној електрани).

Трошкови предмета рада јесу трошкови: сировина и материјала, горива, енергије, ситног инвентара, ауто гума, амбалаже и других елемената.

Обрачунавају се на основу утрошака појединих предмета и цена тих предмета по јединици мере. Или, укупно, на основу стандарда потрошње. Карактер трошкова предмета рада имају и разни трошкови текућег одржавања средстава за рад (чишћења, подмазивања, замене ситнијих делова и слично).

(б) *Нематеријални трошкови производње* односе се на ресурсе (и потребе) који немају материјалну садржину. То су, пре свега: трошкови радне снаге, трошкови услуга и остали нематеријални трошкови.

Трошкови радне снаге јесу издаци у вези са ангажовањем и трошењем радне снаге у процесу рада. Многе врсте се утврђују нормативно. А њихови износи, према одређеним стандардима који су друштвено прихватљиви. Као најзначајније, можемо навести следеће: 1. зараде према уговорима о раду; 2. ауторске хонораре, тј. зараде према уговорима о делу (повремене зараде); 3. стимулације, тј. додајне износе зарада; 4. накнаде уговорених зарада (за време празника и годишњег одмора); 5. накнаде одређених трошкова (превоза, исхране, здравствене заштите, осигурања, одвојеног живота од породице, иновације знања, путних трошкова и дневница, одмора и рекреације итд.); 6. награде (за иновације, приликом прослава јубилеја, отпремнине и др.); као и 7. остале издатке (стипендије и др.).

Трошкови услуга су вредности извршених туђих производних као и непроизводних услуга, према уговореним износима или постојећим ценама. Најчешће производне услуге су: припрема производње, дорада, техничка контрола и контрола квалитета, израда алата и одржавање средстава за рад. А непроизводне: транспорт, ПТТ услуге, евиденција и обрачун, продаја, складиштење, реклама и пропаганда, као и излагање и промоција производа на сајмовима и продајним изложбама.

Остали нематеријални трошкови су разни издаци који се рачунају и евидентирају као трошкови, а које овде нисмо сврстали ни у једну од претходних група трошкова.

(2) У економској анализи посебно се истичу следеће врсте трошкова: директни (појединачни) и општи (а); фиксни и варијабилни (б); укупни и просечни, те додајни и гранични (в); као и интерни и екстерни (г).

(а) Подела трошкова на директне (појединачне) и опште, извршена је према могућности и начину њиховог везивања за учинак. *Директни или појединачни трошкови* су они који се могу везати за учинак непосредно. А *општи*, они који се непосредно могу везати само за места (организационе јединице) где су настали. Најзначајнији директни трошкови су: трошкови основног материјала и трошкови тзв. директног производног рада. Општи трошкови деле се на: опште трошкове израде; опште трошкове промета; као и опште трошкове управе, евиденције и друге опште трошкове.

(б) Према томе да ли мењају свој укупни износ ако се повећава обим учинка, трошкови се деле на фиксне и варијабилне.

Фиксни карактер имају *трошкови* чији укупни износ не зависи од обима оствареног учинка. Они су условљени временом трајања производње, као и величином инсталираних капацитета у оквиру предузећа. Називају се, још, периодичним трошковима и трошковима капацитета. Најзначајнији фиксни трошак је амортизација средстава за рад.

Варијабилни трошкови су они чији се укупни износ мења зависно од обима оствареног учинка. Ако нема учинка, нема ни ових трошкова. Називају се, још, трошковима продукта (производа). Могу бити сразмерни (пропорционални) и несразмерни. А ови други, деле се на релативно фиксне (варијабилно фиксне) и прогресивне.

Сразмерни трошкови мењају се у истој мери (проценту) као и обим учинка. Чине их директни трошкови. Односно, чине их вредности утрошака који су нормирани по јединици учинка (производа).

Релативно фиксни трошкови повећавају се са променом зоне обима (на пример, са повећањем броја радних смена). Или, пак, са променом инсталираног капацитета, асортимана учинка и делатности, те организационе структуре предузећа и производње.

Прогресивни трошкови у укупном износу расту брже од обима учинка. Највећи део ових трошкова условљен је остваривањем позитивног финансијског резултата и његовим износом. Такође, они настају код високог степена коришћења капацитета: са увођењем прековременог рада, са повећаним напорима реализације (већи рабат, већи трошкови трговачких путника и др.), са отклањањем учесталих кварова, са повећањем шкарта, итд.

(в) Трошкове једне врсте називамо *укупним трошковима* (те врсте), а њихов износ по јединици производа *просечним трошковима*.

Додајни трошкови израз су повећања или прираста трошкова. Они се јављају – било због повећања производње, или услед повећања цена производних ресурса. Овде као узрок њиховог повећања имамо у виду само раст производње. *Гранични трошкови* јесу просечни трошкови по јединици додајне производње. Утврђују се деобом прираста (додајног износа) укупних трошкова са прирастом (додајном количином) оствареног учинка. На пример, ако се производња једног производа повећа са 1.000 на 1.200 комада, а трошкови његове производње са 40.000 на 50.000 динара – гранични трошкови овог производа износиће 50 динара. Дакле, имамо да је: $(50.000 - 40.000) / (1.200 - 1.000) = 50$.

Прираст укупних трошкова једног робног произвођача у ствари је прираст његових варијабилних трошкова.

(г) *Интерни трошкови* су они који настају приликом обављања одређених делатности у предузећу. Резултирају у одређеном учинку, тј. обиму производње. *Екстерни трошкови* нису нужни у процесу рада. Они се јављају због непоштовања одређених стандарда, занемаривања окружења, као и

расипништва. Овој групи трошкова припадају: казне и пенали, накнаде штете правним и физичким лицима (нпр. због загађивања земљишта, воде и др.), издаци за санацију раније учењене штете (нпр. за измештање отпада, чишћење земљишта и речних корита, те уређење јаловишта у рударству), издаци за спонзорство и донаторство и слично.

4.3. Цена коштања

Цена коштања показује колико произвођача стаје (кошта) јединица неког производа. То јест, показује износ трошкова по јединици производа. Она се наводи и под именом просечни трошкови производње.

Износ цене коштања израз је потребне вредности (по јединици производа), вредности неопходне за надокнаду утрошених производних ресурса. Тек после ове накнаде следи остваривање профита. Према томе, продајна цена (као израз просечног прихода) мора бити већа од цене коштања. Управо због тога, цена коштања назива се и прагом рентабилности.

Израчунавање цене коштања назива се калкулацијом. Најпознатији је метод додајне калкулације. Његова суштина огледа се у следећем. Директним трошковима производа додају се општи трошкови према одређеном кључу. Затим се тај збир (укупни трошкови производње једне врсте производа) подели бројем произведених јединица овог производа. Добијени количник показује, тј. изражава, његову цену коштања.

Као кључеви користе се односи директних трошкова појединих производа према директним трошковима предузећа.

Како се утврђује цена коштања методом додајне калкулације, може се видети на хипотетичном примеру који управо приказујемо.

Пример израчунавања цене коштања производа А

1. Општи трошкови предузећа: 100

2. Директни трошкови и односи или структура ових трошкова који се користе као кључеви за расподелу општих трошкова на поједине врсте производа:

Производ	Количина оствареног производа	Директни трошкови производње	Појединачни кључеви за расподелу
А	20	250	0,5
Б	12	150	0,3
В	10	100	0,2
Свега	-	500	1,0

3. Цена коштања производа А: $(250 + 100 \times 0,5) / 20 = 15$.

Утврђивање цене коштања могуће је вршити и једноставније – на основу општег, тј. заједничког кључа за расподелу. Најпре се, у облику коефицијента, може израчунати однос укупних и директних трошкова производње предузећа (који представља заједнички кључ за расподелу општих трошкова). А затим и цене коштања појединих производа, тако што ће се директни трошкови по јединици извесног производа помножити тим коефицијентом. Из података у наведеном примеру имамо да је заједнички кључ за расподелу општих трошкова: $(500 + 100) / 500 = 1,2$. Односно, да је цена коштања производа А: $(250 / 20) \times 1,2 = 15$.

4. 4. Профит и вишак вредности

(1) Профит је зарада предузећа. То је позитивна разлика (финансијски резултат) између његових прихода и расхода. Назива се и добитком. По јединици производа, профит је позитивна разлика између његове продајне цене и цене коштања.

Разликујемо бруто и нето профит. Бруто профит је величина коју предузеће остварује на тржишту или по тржишним условима. С друге стране, нето профит је износ профита који остаје предузећу; то је бруто профит умањен за порез на добитак.

Остваривање профита се сагледава не само апсолутно (у оствареном износу), него и релативно – у облику профитне стопе (%ПФ).

Профитна стопа се израчунава према обрасцу:

$$\%ПФ = (\text{бруто профит} / \text{предујмљени капитал}) \times 100.$$

Може се израчунати на нивоу предузећа, за једну делатност, једну административно-територијалну јединицу (АТЈ), као и за привреду у целини. Профитна стопа предузећа јесте индивидуална профитна стопа, а профитна стопа у привреди назива се општом профитном стопом. Остале две профитне стопе (једне делатности, као и једне АТЈ) имају истовремено карактер индивидуалности и општости.

У остваривању и максимирању профита води се рачуна пре свега о његовом минималном и просечном нивоу.

Минимални износ би била камата на предујмљени капитал. Ако предузеће са датим капиталом не може да оствари профит већи него што би му вредност тог капитала донела принос у облику камате, не треба ни да почиње обављање неке делатности у области производње и робног промета. Разлика између оствареног профита и камате на вредност предујмљеног капитала позната је под именом предузетничка добит. Она се приказује као накнада или награда предузетнику за пословни ризик.

Стопа предузетничке добити јесте разлика између профитне стопе и каматне стопе.

Многи инвеститори одлучују се за пласмане уз пословни ризик. Пре свега, из следећих разлога. Прво, зато што сигурних пласмана нема довољно. Друго, јер желе већу зараду, тј. већи принос него што је камата коју могу добити без ризика. И треће, да би – у случају инфлације – избегли обезвређивање капитала пласираног у облику новчаног депозита или куповине каматноносних папира.

Упоређивањем профитне стопе предузећа са профитном стопом гране, као и са општом профитном стопом (у привреди), врши се оцена профита који предузеће остварује. Он може бити – мањи од просека, просечан или већи од просека. Ако је већи, он у себи садржи тзв. екстра или, пак, монополски профит.

Позитивна разлика између оствареног бруто профита предузећа и профита обрачунаог на његов капитал по профитној стопи гране или по општој профитној стопи јесте екстра профит, али под условом да се остварује по основу рада и резултата рада. Разликујемо екстра профит у ужем и у ширем смислу. У ужем смислу, то је профит изнад просечног профита у једној области. А у ширем смислу, то је профит изнад просечног профита у привреди као целини.

Основи остваривања екстра профита у једном производном предузећу јесу: прво, нижи трошкови производње од трошкова просечног произвођача (за производе које оно производи); друго, више продајне цене од тржишних, као и од равнотежних цена; и треће, већа продуктивност капитала, као и (ангажованог) рада, од оних које се остварују у његовој грани односно привреди. Реч је овде о успешности предузећа у вези са ангажовањем и трошењем производних ресурса. Ако је оно у томе успешније од других предузећа, тј. ако је изнад просека у грани односно у привреди – оствариће екстра или натпросечни профит.

(2) Када је реч о профиту, мора се одредити његов однос према вишку вредности. О вишку вредности до сада нисмо говорили. То је елеменат вредности: износ који се додаје потребној вредности¹²⁾ да би се добио износ вредности неког учинка. И профит се додаје потребној вредности, али се притом не добија вредност него реализована вредност у облику прихода. Између вредности и реализоване вредности постоји разлика. А она је узрокована разликом између профита и вишка вредности. Износ вишка вредности већи је од износа профита.

12) Израз потребне вредности су трошкови производње. Међутим, у њиховој маси садржани су и многи трошкови са карактером вишка вредности. По јединици производа, потребна вредност поистовећује се са ценом коштања.

Да би разумели суштину вишка вредности приказујемо учинак једног предузећа као збир потребног производа и вишка производа.

Потребан производ чине количине и врсте производа које су неопходне за репродукцију или надокнаду утрошених производних ресурса. Односно, које треба разменити за производе других произвођача са којима ће се извршити ова репродукција. Један његов део служи за надокнаду утрошених средстава за производњу, а други за надокнаду утрошене радне снаге.

Док, вишак производа чине количине и врсте производа изнад потребног производа – које су нужне да би предузеће обезбедило проширење материјалне основе рада (путем акумулације) и резервног фонда, као и (заједно са другим предузећима) изванредан ниво друштвене потрошње. Затим, за обављање робног и новчаног промета изван производње, тј. за покриће трошкова промета. И још, за исплату доходака власника капитала.

Вишак вредности јесте вредност вишка производа. Према наведеном, његов износ у једној земљи чине следећа три елемента: профит предузећа у области производње, робног и новчаног промета (ПФ), трошкови робног и новчаног промета (ТРНП), као и новчани издаци производње и промета који имају карактер вишка вредности (ИВВ): Дакле, имамо да је: $ВВ = ПФ + ТРНП + ИВВ$.

Учинак предузећа (тј. количине и врсте производа) стварају радници у току радног времена. У једном делу тог радног времена они стварају потребан производ и потребну вредност, а у другом вишак производа и вишак вредности. Управо због тога, вишак вредности у једној земљи сучељава се са износом вредности утрошене радне снаге у изразу износа исплаћених зарада радника у друштвеној производњи. Процентуални износ њиховог односа назива се општом стопом вишка вредности (%ВВ):

$\%ВВ = (\text{износ вишка вредности у једној земљи} / \text{износ исплаћених зарада радника у друштвеној производњи}) \times 100$.

Ова стопа омогућава утврђивање вишка вредности који у општем случају (у просеку) припада једном учинку – јединици производа, произведеној или реализованој количини тог производа, учинку предузећа, учинку једне делатности, или учинку једне административно-територијалне јединице. Имамо овде да је: вишак вредности који припада једном учинку = исплаћене зараде радника за тај учинак $\times \%ВВ / 100$.

4. 5. Појам и утврђивање продајне цене

(1) Размена јединице једног производа као робе на тржишту може бити новчана или натурална у облику трампе. Приликом размене формира

се тзв. прометна или разменска вредност робе. Она показује квантум који се добија код продаје јединице једне врсте робе.

Продајна цена је новчани израз прометне вредности у случају робно-новчане размене. То је еквивалент или накнада у новцу који се добија у размени када продавац уступа своје власништво над јединицом робе купцу. Односно, када га преноси на купца.

Каже се и да је цена новчани израз вредности робе. (Вредност и прометна вредност су различите категорије и величине.) Роба се најчешће не продаје по вредности. Међутим, као детерминанта, вредност робе у највећој мери одређује износ цене односно прометне вредности.

Продајна цена је појавни облик цене на тржишту. То је новчани износ по коме индивидуални произвођач продаје јединицу производа. Она је израз прохода по јединици робе датог произвођача. У општем случају, њен износ је виши од цене коштања, с њом се остварује добитак.

Просечна продајна цена једне робе на тржишту назива се тржишном ценом. (Овде стоји претпоставка да има више произвођача ове робе.) Њен износ најближи је продајној цени оног произвођача који на тржиште износи и реализује највећу количину робе. Може бити стварна или конкретна величина, ако сви произвођачи једне робе врше њену продају по истој цени. Или, аналитичка категорија и величина, ако се израчунава на основу у стварности различитих продајних цена робе.

(2) *За највећи број производа, продајне цене формирају њихови произвођачи самостално.* При томе, као полазна основа произвођачу служи цена коштања. Продајна цена мора бити виша. Затим, руководи се и могућношћу продаје и максимирања прихода и профита.

Продајна цена одређује се прво у калкулативном а онда и у стварном износу. Калкулативни износ продајне цене омогућава произвођачу једнак економски положај са другим произвођачима дате робе. Израчунава се путем увећања цене коштања за проценат са којим рачунају и други произвођачи на тржишту. Са друге стране, стварни износ продајне цене не мора бити једнак калкулативном износу. По могућству, биће виши или нижи.

На тржишту су присутне појаве снижавања и повећавања продајне цене. Она се снижава у случају новог производа, када долази до натпросечног повећања обима производње и снижавања трошкова. Затим, и у случају оправданог ширења тржишта. То јест, ширења тражње и понуде робе на тржишту, где се произвођачи руководе принципом: нижа цена – већа продаја и већи профит. Повећавање продајне цене врши се под утицајем инфлације. Ако држава води инфлациону политику, произвођачи се штите од обезвређивања капитала и прихода путем дизања нивоа продајних цена својих производа. (Они своју политику цена, у оквиру пословне политике, заснивају и на инфлационој политици државе.)

Ако предузеће већ послује са добитком, тј. ако оствареним приходом већ покрива директне и опште трошкове производње, оно може за нови производ формирати продајну цену на бази његових просечних директних трошкова. Увођење у асортиман производње нове робе, чија продајна цена премашује њене просечне директне трошкове – доноси му додајни износ добитка односно профита. Овако формирана продајна цена (у коју нису укључени општи трошкови у целини) може се назвати нелојално-конкурентском продајном ценом. Са њом се уништавају други произвођачи и повећава индивидуално учешће произвођача на тржишту.

У извесним случајевима оправдано је формирање продајне цене у договору између предузећа.

Рецимо, између произвођача робе тзв. стандардизоване производње (производње која је достигла ниво реалних потреба). Цена се договара јавно на основу стандардизације већине њених елемената. Најчешће се као заједничка или јединствена продајна цена за један производ прихвата цена која задовољава најлошијег произвођача. При томе, утврђује се и учешће сваког произвођача појединачно у укупној производњи и реализацији, тј. утврђују се производне квоте. Заједничко утврђивање продајне цене и обима производње једне робе, према наведеном, у функцији је остваривања тржишне равнотеже и спречавања хиперпродукције.

Формирање продајне цене договором оправдано је у још два случаја. Прво, између робних произвођача приликом производне кооперације. И друго, између производног и трговинског предузећа када се међусобно повезују путем остваривања заједничког производа и заједничког прихода. У оба случаја, продајна цена заснива се на заједничким стандардима и елементима који све субјекте (кооперанте, односно производно и трговинско предузеће) доводе у исти и прихватљив економски положај.

У случају слободног формирања цена, држава утиче на цене посредно – различитим мерама економске политике.

Непосредну улогу у формирању цена држава има само за мањи број производа. Она се огледа пре свега у следећем.

Прво, у праћењу цена одређених производа и њиховог утицаја на стабилност тржишта и цена и на животни стандард становништва. Произвођачи тих производа достављају обавештења о ценама.

Друго, у давању сагласности на цене. Реч је овде о производима код којих држава утврђује критеријуме и стандарде за формирање цена. Затим, и о производима чије цене се формирају на основу јавних договора између предузећа ради стабилизације тржишта и производње.

Треће, у одређивању нивоа цена. Цене се најчешће утврђују за поједине пољопривредно-прехранбене производе. Али, и за извесне производе државних предузећа. Посебно, ако она имају карактер монопола.

Четврто, у прописивању различитих привремених мера, у случају неочекиваних и изразитих поремећаја понуде и тражње.

И пето, у спречавању појава ограничавања конкуренције и остваривања прихода и профита мимо рада и резултата рада, односно појава спекулације и дестабилизације тржишта.

4. 6. Специфичности кружног тока капитала у области промета

Робни и новчани промет одвијају се у посебним делатностима, у трговини и банкарству. Ове делатности не могу бити потпуно независне од производње. Неопходно је да у процесу репродукције буду усклађене са производњом, као и да доприносе остваривању макроекономских циљева.

Обрт капитала у њима има извесне специфичности.

(1) *Трговина* је посредник у размени између производње и потрошње. Њена основна делатност јесте набавка и продаја робе ради остваривања прихода и профита. Капитал предузећа које се бави трговином називамо трговачким капиталом.

Према обиму продаје и субјектима који се јављају као купци, разликујемо трговину на мало и трговину на велико. Трговина на мало врши продају роба становништву, појединачно у количинама које су потребне домаћинству као потрошачкој јединици. Робе купује од трговине на велико, или непосредно од произвођача. С друге стране, трговина на велико продаје робе трговини на мало, произвођачима и крупним потрошачима – у већим количинама. Куповину врши директно од произвођача. Специјализација у промету има већи значај у трговини на велико; она се намеће као нужност.

У промету долази често до тзв. верижне трговине. То је облик спекулације који се огледа у препродаји роба, тј. у продаји између трговине на велико. Нормално би било да у промету роба између произвођача и потрошача посредује једно трговинско предузеће на велико, или једно трговинско предузеће на велико и једно трговинско предузеће на мало. Ако има више посредника, цене расту па потрошачи за куповину роба издвајају више новца. У овом случају, у трговини се остварује спекулативни добитак. Верижна трговина постаје неизбежна само изузетно.

Основни кружни ток капитала у трговинском предузећу није исти као у производном. Разлика је пре свега у следећем. У трговинском предузећу имамо две врсте издвајања са његовог текућег рачуна. Са једне стране, издвајање за пословна средства, радну снагу и друго у вези са процесом обављања робног промета. И са друге, а у највећој мери, издвајање за набавку трговачке робе ради њене даље продаје. Набавна вредност трговинске робе јесте највећа ставка трошкова у трговинском предузећу.

У производном предузећу се са текућег рачуна врши издвајање за средства за производњу, радну снагу и друго само у вези производње. Трошкови предмета рада често су највећа ставка трошкова.

Споредни токови капитала у трговинском предузећу углавном су исти као и у производном предузећу.

Накнада за обављање робног промета јавља се у два облика – у облику трговачке марже и у облику трговачког рабата. Маржа је износ који се додаје набавној вредности трговачке робе. У овом случају, трговинско предузеће набавља робу по продајним ценама произвођача и на њих зарачунава разлику у облику марже по свом нахођењу (или у износу прописаном од државе, када су цене замрзнуте). Тада је оно субјекат који одређује износ продајне цене за крајњег купца. Међутим, рабат је износ који се одбија од продајне вредности робе. Одређује га, као и цену за крајњег купца, произвођач робе односно производно предузеће.

Трговачка маржа и трговачки рабат утврђују се најчешће релативно (у виду процента). Различитим робама није својствен исти проценат марже односно рабата. Свака роба има свој објективно условљени обрт, који се не подударе са обртом других роба. Према томе, за промет појединих роба мора се плаћати накнада у различитом релативном износу.

Из накнаде за обављање робног промета (марже или рабата) врши се, прво, покриће трошкова промета. Остатак јесте профит предузећа.

Трошкови робног промета могу се поделити у две групе. Прву чине тзв. чисти трошкови промета. То су трошкови куповине, продаје и држања нормалних залиха. А другу, сачињавају трошкови који настају као последица продужетка производње у времену и простору. То су пре свега следећи трошкови: дораде роба (на пример, пржења кафе или монтаже намештаја), њиховог сортирања, паковања, чувања у одређеним условима, држања залиха изнад нормале (ако се не врши у спекулативне сврхе), као и транспорта и допреме до места потрошње.

Трговачки профит у једном предузећу јесте разлика између његових прихода и расхода ($ПФ = П - Р$). Наравно, под условом да је та разлика позитивна. Негативна разлика јесте губитак. Ставку расхода чини и набавна вредност трговачке робе. Такође, трговачки профит је разлика између трговачке марже (или рабата) и трошкова промета ($ПФ = ТМ, ТР - ТП$).

Екстра профит у трговини остварује се слично као у производњи. Прво, на основу нижих трошкова промета предузећа од просечних трошкова за остваривање одређеног промета у извесној бранши. И друго, на основу веће продуктивности капитала (тј. обрта) и продуктивности рада од оних који се остварују у његовој бранши.

(2) *Банкарство* је посебна делатност, исто као и трговина. У њој се обавља новчани промет. Реч је овде о пословним банакама, тј. банкама оп-

штег карактера које се мање-више баве свим банкарским пословима. Ови послови могу се поделити на: активне, пасивне и остале банкарске послове.

Код пасивних послова банка је дужник. Она прикупља слободна новчана средства да би извршила њихов пласман. Својим повериоцима плаћа камату која се назива пасивном банкарском каматом. То су пре свега следећи послови: прикупљање краткорочних депозита; емисија и продаја краткорочних каматоносних хартија од вредности; прикупљање орочених депозита; емисија и продаја дугорочних каматоносних хартија од вредности; те, изузетно, узимање краткорочних кредита од централне банке (за обезбеђивање ликвидности у пословању).

Код активних послова банка се јавља као поверилац, јер врши пласман прикупљених новчаних средстава. Као кредитор, она наплаћује камату и то је тзв. активна банкарска камата. У овој групи истичу се следећи послови: одобравање краткорочних кредита; куповина краткорочних хартија од вредности; одобравање дугорочних кредита; као и куповина дугорочних хартија од вредности.

Остали банкарски послови могу бити посреднички и сопствени. Реч је углавном о следећим пословима: платном промету; отварању и извршавању акредитива; издавању кредитних писама; куповини и продаји вредносних папира за рачун других лица; депоновању драгоцености и хартија од вредности; арбитражи; берзанским пословима које банка врши у своје име и за свој рачун; производно-прометним пословима; и, консултантским пословима. За обављање посредничких послова банка не наплаћује камату, већ накнаду у облику разних врста провизије.

Основни кружни ток капитала у једној пословној банци сличан је току који се одвија у трговинском предузећу. Са једне стране, са жиро рачуна банке врши се издвајање за пословна средства, за радну снагу и друго у вези процеса обављања новчаног промета. А са друге, у највећој мери, издвајање по основу одобравања кредита физичким и правним лицима. Одобравањем кредита настају потраживања банке. Сваки кредит јесте одређени облик дужничко-поверилачког односа. Са отплатом кредита, заједно са каматом, новац се враћа на основни новчани рачун (жиро рачун) банке.

Споредни токови капитала у банци, као предузећу у области новчаног промета, углавном су исти као у производном и трговинском предузећу.

Накнада за обављање новчаног промета најчешће се назива банкарском маржом. Она се јавља у више облика. Најзначајнији, по износу које се остварује, јесте разлика између активне и пасивне банкарске камате. Реч је овде о камати коју банка наплаћује од лица које кредитира, те о камати коју плаћа својим депонентима. Остали облици банкарске марже су разне врсте провизија и накнада које пословне банке наплаћују од својих клијената, где посебно место има накнада за обављање платног промета.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

Банкарска маржа служи за покриће трошкова новчаног промета и за остваривање профита у банци као предузећу (које послује по принципу привредног рачуна). Она је често под контролом централне банке. Основи остваривања екстра профита у банкарству исти су као у области производње и области робног промета.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Кружни ток капитала; 2. Стални капитал; 3. Оптицајни капитал; 4. Утрошци; 5. Трошкови; 6. Материјални трошкови производње; 7. Нематеријални трошкови производње; 8. Трошкови производње; 9. Амортизација; 10. Трошкови инвестиционог одржавања; 11. Фиксни трошкови; 12. Варијабилни трошкови; 13. Гранични трошкови; 14. Цена коштања; 15. Профит; 16. Екстра профит; 17. Предузетничка добит; 18. Потребна вредност; 19. Вишак вредности; 20. Продајна цена; 21. Тржишна цена; 22. Трговина; 23. Банкарство; 24. Трговачка маржа; 25. Банкарска маржа.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Покажи основни кружни ток произвођачког капитала!
2. Покажи споредне кружне токове капитала у предузећу!
3. Како се израчунава број и време обрта капитала?
4. Да ли су број и време обрта капитала приближно једнаки за све његове појавне облике односно елементе?
5. Које су основне врсте материјалних трошкова производње?
6. Које су основне врсте нематеријалних трошкова производње?
7. Које су основне врсте трошкова средстава за рад?
8. Како се утврђују, обрачунавају, трошкови амортизације?
9. Који су основи утврђивања, обрачуна, трошкова предмета рада?
10. Шта све чини трошкове радне снаге?
11. Наведи основне аналитичке врсте трошкова!
12. Како се утврђује цена коштања једног производа?
13. Како се израчунава профитна стопа?
14. Како се израчунава стопа предузетничке добити, а како стопа екстра профита у једном предузећу?
15. Који су основи остваривања екстра профита у предузећу?
16. Како се израчунава општа стопа вишка вредности, као и вредност одређеног учинка?
17. Како се утврђује продајна цена производа?
18. Које су специфичности кружног тока трговачког и банкарског капитала у оквиру предузећа?
19. Шта су трошкови промета?
20. Шта чини садржај робног промета у трговачком предузећу?
21. Који су то основни банкарски послови?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Са капиталом од 1.000 остварен је у току године приход од 6.000. *Израчунај број и време обрта овог капитала!*

2. Време обрта капитала је 73 дана. *Израчунај његов број обрта!*

3. Број обрта капитала је 7. *Израчунај време обрта!*

4. Просечно стање вредности залиха иверице у магацину репроматеријала износи 1.000. У току године издата је из магацина иверица за потребе производње у вредности од 12.000. *Израчунај број и време обрта иверице као елемента капитала у предузећу!*

5. У току године из магацина је издато разног репроматеријала за потребе производње у вредности од 12.000, а враћено неутрошеног материјала у вредности од 2.000. Просечно стање залиха у магацину било је 4.000. *Израчунај време обрта капитала у овом магацину!*

6. *Израчунај годишњи износ амортизације (АМ) групе средстава за рад (машина и опреме), ако су: набавна вредност ових средстава 10.000, њихови очекивани ликвидациони расходи 4.500, очекивани ликвидациони приход 500, као и просечна стопа амортизације 15%!*

7. *Израчунај годишњи износ амортизације (АМ) групе средстава за рад (машина и опреме), ако су: набавна вредност ових средстава 10.000, трошкови инвестиционог одржавања 2.000 и годишња стопа амортизације 10%!*

8. На крају године, набавна вредност групе средстава за рад износи 10.000. Због инфлације, она се ревалоризује према коефицијенту 1,25. *Израчунај износ амортизације за следећу годину (АМ), ако је стопа 20%!*

9. Набавна вредност једног аутобуса је 15.000.000. Предвиђени век његовог трајања је 5 година, а број пређених километара у том периоду у условима експлоатације према техничким стандардима 750.000. *Израчунај износ амортизације по пређеном километру!* После 3 године експлоатације извршен је генерални ремонт и за то плаћено сервису 375.000. *Израчунај износ амортизације за први месец након генералног ремонта (АМ), ако је у том месецу аутобус прешао 10.000 километара!*

10. На нивоу предузећа, износ трошкова је следећи: укупни трошкови производње 1.000.000, фиксни трошкови 300.000 и директни трошкови 350.000. *Израчунај посебно: износ варијабилних трошкова и износ опитих трошкова у овом предузећу!*

11. По обиму, производња је повећана са 1.000 на 1.100 тона. Гранични трошкови износе 700. *Израчунај суму додајних трошкова!*

12. Предузеће производи три артикла – А, Б и В. Укупни трошкови предузећа су 1.000.000, а од тога општи трошкови 400.000. Роба А произ-

води се у количини од 20 тона, уз директне трошкове по тони од 15.000. *Израчунај цену коштања ове робе!*

13. Укупни трошкови предузећа су 900.000, а од тога општи трошкови 400.000. Производи се више роба. Међу њима, директни трошкови за укупни обим производње робе А су 100.000, а робе Б 150.000. *Израчунај кључеве (проценте) за расподелу општих трошкова на ова два производа из асортимана! Такође, израчунај цену коштања робе А, ако је она произведена у количини од 1.000 метара!*

14. *Израчунај профитну стопу предузећа, ако је оно током године са 50 радника и са капиталом у вредности од 700.000 остварило приход од 1.100.000 и расходе у износу од 960.000!*

15. Општа профитна стопа у привреди је 10%, а годишња каматна стопа 5%. Предузеће је са капиталом у вредности од 200.000 остварило у току године профит од 30.000, послујући у немонополистичким условима и у складу са законом. *Израчунај износ и стопу предузетничке добити овог предузећа, као и износ његовог екстра профита!*

16. Предузеће је у току године, послујући са капиталом у вредности од 500.000, остварило позитиван финансијски резултат од 100.000. Годишња каматна стопа је 12%. *Израчунај стопу и износ предузетничке добити!*

17. Општа стопа вишка вредности је 125%. Трошкови производње тј. расходи у предузећу износе 200.000, од чега су исплаћене зараде радника 40.000. *Израчунај вишак вредности који се односи на остварену производњу овог предузећа, као и њену укупну вредност!*

18. Цена коштања робе А износи 100, од чега су трошкови радне снаге 40. Општа стопа вишка вредности је 120%. *Израчунај вредност јединице ове робе!*

19. Једну робу произвођач А продаје по цени од 120, а произвођач Б по цени од 140. *Израчунај њену тржишну цену ако је један произвођач продао 1.000, а други 2.000 комада ове робе!*

20. Калкулативни износ продајне цене производа је 120, а стварни износ 115. Његова цена коштања је 90. *Какав економски положај има произвођач са производњом и продајом овог производа?*

21. Цена коштања производа А, који се као нови уводи у производни асортиман, износи 100 од чега су директни трошкови 60. Његова продајна цена је 70. *Да ли овај производ доноси профит сам по себи? Да ли доноси предузећу додајни профит, ако оно пре његовог увођења у асортиман остварује позитиван финансијски резултат? Израчунај износ додајног финансијског резултата у овом случају, ако је количина производа 50!*

22. Набавна вредност робе А је 900, а продајна цена робе Б одређена од произвођача за крајњег купца износи 920. *Израчунај износе разлике у цени ових роба, ако је стопа трговачке марже 15%, а стопа рабата 10%!*

5. Максимирање профита

5.1. Економија обима

Суштина економије обима је у ефектима повећања оствареног учинка у његовом природном облику.

Повећање обима производње утиче на повећање прихода и расхода, као и финансијског резултата. Даље у овом наслову вршимо анализу тог утицаја. Односно, утврђујемо како и под којим условима се са повећањем обима производње максимира профит.

Повећање обима производње значи повећање степена коришћења производних капацитета, посебно капацитета ангажованих средстава за рад. Зато је економија обима уједно и економија повећања степена коришћења расположивих капацитета.

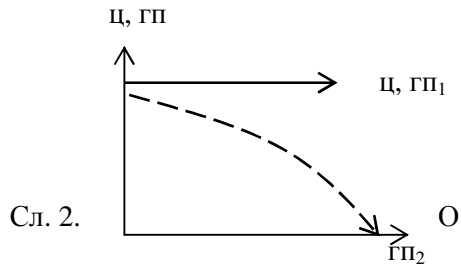
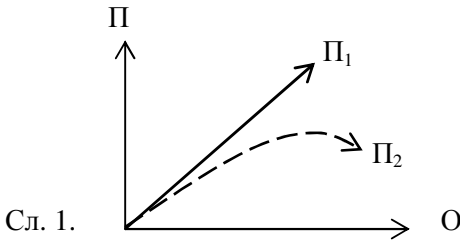
(1) Са већим обимом производње укупан приход ће се повећавати зависно од кретања продајне цене. Најпре, можемо претпоставити да се цена не мења, тј. да је дата величина. Предузеће само одлучује о цени. Дата цена је једна од могућности за коју се оно опредељује, ако тржиште није презасићено робом. У овом случају, са повећањем обима производње приход се повећава у истој сразмери.

Ако претпоставимо да се цена мора снижавати како би се повећавала ефективна тражња а тиме и производња, приход ће се повећавати само кад је проценат снижења цене мањи од процента повећања тражње и производње. Повећање укупног прихода престаје ако су поменути проценти једнаки. Чим је проценат снижења цене већи, повећање обима производње резултира у смањивању прихода.

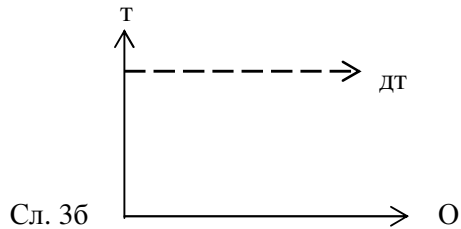
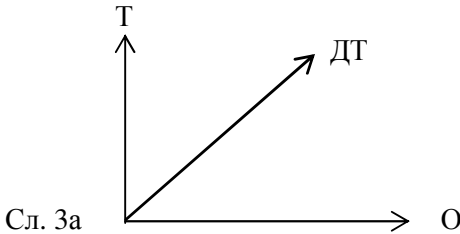
Поред укупног прихода (Π), о коме смо управо говорили, у анализи разликујемо још – просечни приход и гранични приход.

Израз просечног прихода је продајна цена. То је, као што знамо, приход који се остварује по јединици производа у размени. Гранични приход ($гп$) је износ прихода по јединици додајног производа. Израчунава се деобом повећања прихода ($\Delta\Pi$) са повећањем производње (ΔO): $гп = \Delta\Pi / \Delta O$. У случају да се продајна цена не мења, гранични приход је једнак износу ове цене ($гп = ц$). Ако се цена снижава, гранични приход има нижу вредност ($гп < ц$). А ако се повећава, он има вишу вредност ($гп > ц$).

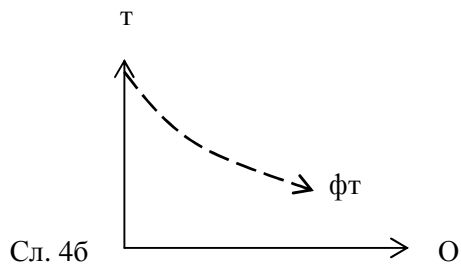
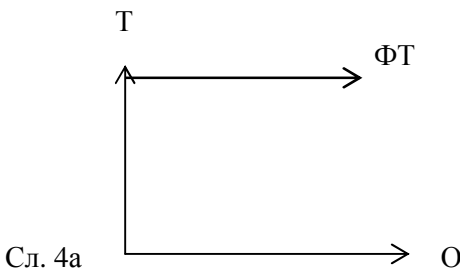
Кретање укупног и граничног прихода под утицајем повећања обима производње приказали смо и графички, на слици 1. и слици 2. И то, у случају дате и у случају снижавања продајне цене. На слици 1. приказано је кретање укупног прихода, а на слици 2. кретање граничног прихода.



(2) Кретање укупног и просечног износа појединих врста трошкова (T , t) са повећањем обима производње (O) приказујемо графички, на сликама 3а и 3б, 4а и 4б, 5а и 5б, 6а и 6б.



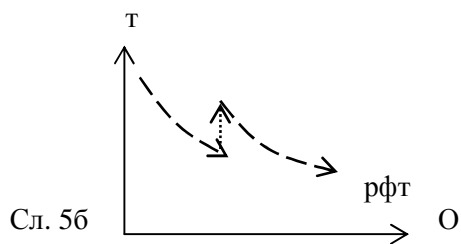
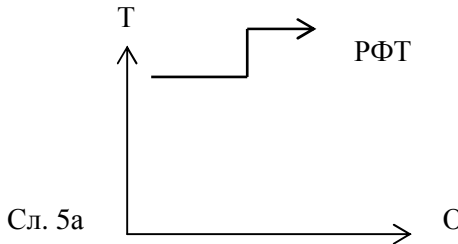
На слици 3а приказано је кретање укупног износа директних трошкова ($ДТ$). Они се повећавају сразмерно обиму производње. Линија ових трошкова је узлазна, под углом од 45° . Њихов просечни износ ($дт$) је непроменљив, што показује слика 3б.



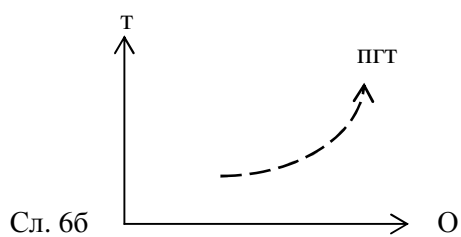
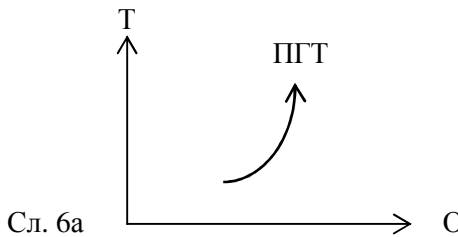
Укупни фиксни трошкови ($ФТ$) не мењају се са повећањем обима производње. То видимо на слици 4а. Но, мења се њихов просечни износ ($фт$), као што је приказано на слици 4б. Он има тенденцију смањивања.

Кретање укупних релативно-фиксних трошкова ($РФТ$) видимо на слици 5а. Јављају се са покретањем производње, а повећавају само код пре-

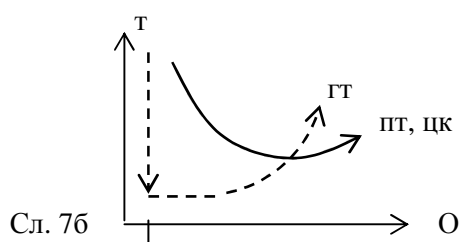
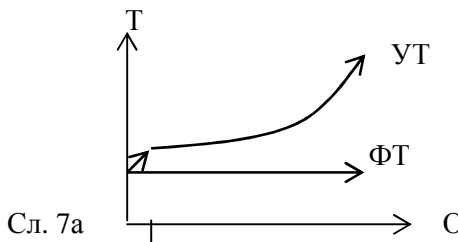
ласка у вишу зону обима (нпр. код увођења нове радне смене). Њихов просечни износ (рфт) се смањује, са изузетком повећања код промене зоне обима. Њихово кретање показује нам слика 5б.



Најзад, на слици 6а приказано је кретање укупних прогресивних трошкова (ПГТ). А на слици 6б, кретање њиховог просечног износа (пгт). Они се интензивније повећавају са остваривањем добитка, као и приликом максималног коришћења капацитета. Због повећања обима, линија просечних прогресивних трошкова има блажи улазни облик.



Кретање укупних и просечних трошкова производње (УТ и пт, цк) под утицајем обима одређено је кретањем појединих њихових врста. О томе је управо било речи. Приказујемо га овде графички на слици 7а и 7б.



Лево, на слици 7а, видимо кретање укупних трошкова производње (УТ). При нултој производњи они су једнаки износу фиксних трошкова (УТ = ФТ). Са првом јединицом производње укупни трошкови нагло расту због

појаве релативно фиксних трошкова (РФТ). Даље, од друге јединице, они расту али у мањој мери него ли обим производње. Јер, сада, имамо стагнацију фиксних и релативно-фиксних трошкова, а до раста укупних трошкова доводи раст само директних трошкова (ДТ).¹³⁾ Тек са појавом и бујањем прогресивних трошкова (ПГТ), укупни трошкови почињу да расту брже од обима производње.

Десно, на слици 7б, приказано је кретање просечних и граничних трошкова производње.

Линија кретања просечних трошкова производње, односно цене коштања (цк), има облик латиничног слова У. Најпре, због опадања просечних фиксних (ф) и релативно-фиксних трошкова (рфт) цена коштања опада. Са појавом и умножавањем прогресивних трошкова њено кретање се мења; уместо снижавања долази до раста.

Гранични трошкови (гт) су трошкови по јединици додајног производа. Код прве јединице обима, гранични трошкови су једнаки збиру релативно-фиксних трошкова и просечних директних трошкова ($гт = РФТ + дт$). Односно, једнаки су износу просечних варијабилних трошкова. Даље, са повећањем обима производње – а све до појаве прогресивних трошкова –¹⁴⁾ они су једнаки просечним директним трошковима ($гт = дт$). Појава и умножавање прогресивних трошкова доводе до раста граничних трошкова ($гт = дт + пгт$). Све док су гранични трошкови нижи од цене коштања, ова опада. Када премашују њен износ, она расте.

(3) У вези остваривања финансијског резултата разликујемо три његове фазе, односно три фазе или интервала производње:

- фазу увећаног губитка,
- фазу смањивања и елиминисања почетног губитка при нултој производњи, као и
- фазу остваривања и максимирања добитка.

Ради бољег увида и разумевања, наведене фазе сагледавамо уз помоћ хипотетичног примера (у табели 1. и 2), као и уз помоћ графикана (на сликама 8а, 8б, 9а и 9б).

Ове фазе приказујемо на бази кретања укупних износа прихода и појединих врста трошкова, као и на основу кретања њихових просечних износа. (О тим кретањима, под утицајем обима, смо до сада исцрпно говорили.) Приказ вршимо под претпоставком да се производи само једна врста производа у једној зони обима. Затим, уз претпоставку дате продајне цене производа, као и претпоставку њеног снижавања.

¹³⁾ Под претпоставком производње у једној зони обима, односно да нема увећања релативно-фиксних трошкова.

¹⁴⁾ Исто.

Табела 1. Обим производње, приход, трошкови и финансијски резултат
- у случају даге-непроменљиве продајне цене и неограничене могућности продаје -

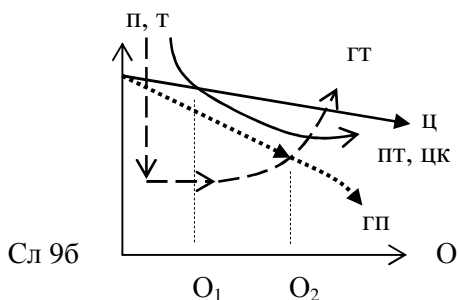
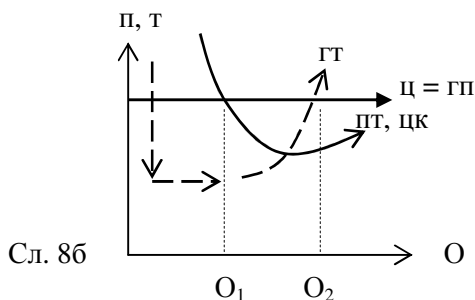
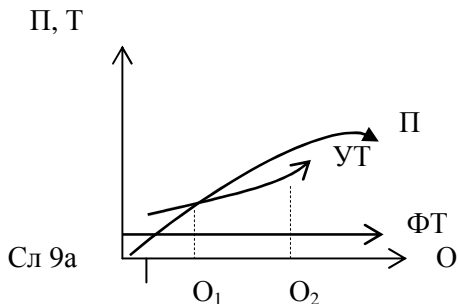
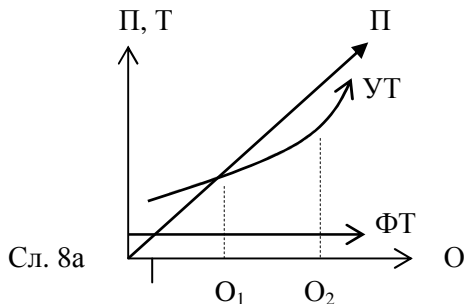
пц	О	П 1×2	ФТ	РФТ	ДТ	ПГТ	ΣТ	ФР	цк, пт	ΔО	ΔП	ΔТ	гт	пт	вт	фт	ПВ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
100	0	-	1100	-	-	-	1100	-1100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
100	5	500	1100	600	200	-	1900	-1400	380	5	500	800	160	100	160	220	-300
100	10	1000	1100	600	400	-	2100	-1400	210	5	500	200	40	100	100	110	0
100	15	1500	1100	600	600	-	2300	-800	153	5	500	200	40	100	80	73	300
100	20	2000	1100	600	800	-	2500	-500	125	5	500	200	40	100	70	55	600
100	25	2500	1100	600	1000	-	2700	-200	108	5	500	200	40	100	64	44	900
100	30	3000	1100	600	1200	50	2950	+50	98	5	500	250	50	100	62	37	1150
100	35	3500	1100	600	1400	100	3200	+300	91	5	500	250	50	100	60	31	1400
100	40	4000	1100	600	1600	250	3550	+450	89	5	500	350	70	100	61	28	1550
100	45	4500	1100	600	1800	600	4100	+400	91	5	500	550	110	100	67	24	1500
100	50	5000	1100	600	2000	1000	4700	+300	94	5	500	600	120	100	72	22	1400

Наведени симболи у заглављу појединих колона значе: пц – продајна цена; О – обим производње (и реализације); П – приход; ФТ – фиксни трошкови; РФТ – релативно-фиксни трошкови; ДТ – директни трошкови; ПГТ – прогресивни трошкови; ΣТ – укупни трошкови; ФР – финансијски резултат; цк, пт – цена коштања, просечни трошкови; ΔО – додајни обим производње; ΔП – додајни приход; ΔТ – додајни трошкови; гт – гранични трошкови; гп – гранични приход; вт – просечни варијабилни трошкови; фт – просечни фиксни трошкови; ПВ – производни вишак предузећа = приход – варијабилни трошкови.

Табела 2. Обим производње, приход, трошкови и финансијски резултат
- у случају снижавања продајне цене ради ширења могућности продаје -

Пц	О	П 1×2	ФТ	рФТ	ДТ	шт	ВТ _{5,6,7}	ΣТ	ФР	цк, пт	ΔО	ΔП	ΔТ	гТ	пТ	вт	фт	ПВ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
100	0	-	250	-	-	-	-	250	-250	-	-	-	-	-	-	-	-	-
100	1	100	250	150	40	-	190	440	-340	440	1	100	190	190	100	190	250	-90
100	2	200	250	150	80	-	230	480	-280	240	1	100	40	40	100	115	125	-30
100	3	300	250	150	120	-	270	520	-220	173	1	100	40	40	100	90	83	30
100	4	400	250	150	160	-	310	560	-160	140	1	100	40	40	100	78	63	90
100	5	500	250	150	200	-	350	600	-100	120	1	100	40	40	100	70	50	150
100	6	600	250	150	240	-	390	640	-40	107	1	100	40	40	100	65	42	210
100	7	700	250	150	280	10	440	690	10	99	1	100	50	50	100	63	36	260
95	10	950	250	150	400	15	565	815	135	82	3	250	125	42	83	57	25	385
90,3	12	1084	250	150	480	25	655	905	179	75,4	2	134	90	45	67	54,6	21	429
85,7	13	1114	250	150	520	50	720	970	144	74,6	1	30	65	65	30	55,4	19	394
81,5	14	1141	250	150	560	150	860	1110	31	79	1	27	140	140	27	61	18	281
77,4	15	1161	250	150	600	220	970	1220	-59	81	1	20	110	110	20	65	17	191

Наведени симболи у заглављу појединих колона значе: пш – продајна цена; О – обим производње (и реализације); П – приход; ФТ – фиксни трошкови; рФТ – релативно-фиксни трошкови; ДТ – директни трошкови; ПТТ – прогресивни трошкови; ВТ – варијабилни трошкови; ΣТ – укупни трошкови; ФР – финансијски резултат; цк, пт – цена коштања, просечни трошкови; ΔО – додајни обим производње; ΔП – додајни приход; ΔТ – додајни трошкови; гТ – гранични трошкови; пТ – гранични приход; вт – просечни варијабилни трошкови; фт – просечни фиксни трошкови; ПВ – производни вишак предузећа = приход – варијабилни трошкови.



Са почетком производње, прву јединицу производа оптерећује просечни износ директних трошкова, као и целокупни износ фиксних трошкова и целокупни износ релативно-фиксних трошкова ($дт + \Phi T + P\Phi T$). А она доноси приход само у висини продајне цене. Губитак је већи од почетног, код нулте производње. Даље, са повећањем производње, губитак се смањује и приближава његовом почетном износу. До повраћаја на износ фиксних трошкова (тј. на износ почетног губитка) долази код изједначења прихода и варијабилних трошкова: $\Pi = VT = P\Phi T + DT$, односно $ц = vt = r\phi t + dt$. То јест, долази са увећањем прихода до износа директних и релативно-фиксних трошкова производње.

У другој фази раста обима производње врши се надокнада и елиминација почетног губитка (у износу фиксних трошкова). Она се завршава код изједначења прихода са збиром варијабилних и фиксних трошкова ($\Pi = VT + \Phi T$). Односно, прихода са збиром директних, релативно фиксних и фиксних трошкова ($\Pi = DT + P\Phi T + \Phi T$).

Најзад, у трећој фази обима производње приход је већи од трошкова па се остварује добитак. Јављају се и прогресивни трошкови. Све док износ повећања прихода премашује износ повећања трошкова, односно све док су гранични трошкови нижи од граничног прихода – добитак се повећава. Максимални износ добитка остварује се са обимом производње код кога долази

до једнакости граничних трошкова и граничног прихода. Овај обим се често назива оптималним обимом производње. Даље повећање производње доноси умањени износ добитка.

На основу изложеног можемо закључити која је то граница смањивања производње и њене обуставе.

Питање минималног обима производње постаје актуелно у време рецесије и кризе, када долази до смањивања тражње на тржишту. Смањивање прихода од реализације производа резултира у погоршању финансијског резултата. И даље, у смањивању производње, отпуштању запослених радника, преиспитивању производног асортимана и предузимању других мера. Када предузеће и поред ових мера послује са губитком, у интересу му је да и даље производи – али, само ако је тај губитак нижи од почетног односно од износа фиксних трошкова. Ако је виши, оправдано је престати са производњом. Према томе, минимални обим производње био би онај обим при коме су приходи у свом паду дошли до износа варијабилних трошкова ($\Pi = VT = DT + PFT + PGT$).

5. 2. Линија понуде и производни вишак предузећа

(1) *Линија понуде извесне робе предузећа* одређена је линијом њених граничних трошкова. Јер, максимални профит остварује се управо код једнакости граничних трошкова и цене (у случају дате цене), односно код једнакости граничних трошкова и граничног прихода (у случају промена цене). Можемо рећи да се на линији понуде налази низ вредности по којима је предузеће спремно да продаје једну робу.

Нас, даље, интересује која је то почетна а која завршна тачка линије понуде једне робе.

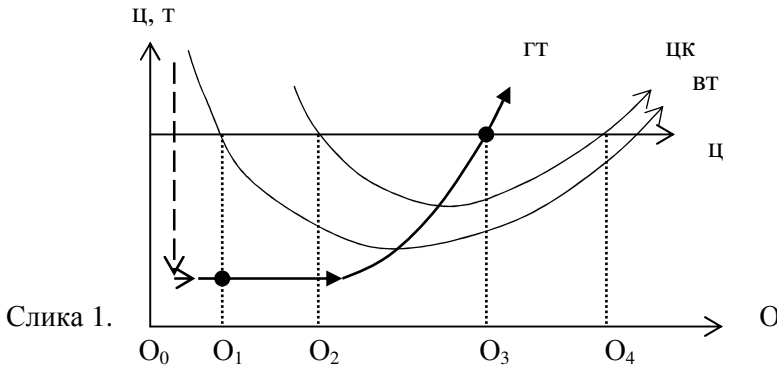
Почетну тачку на линији понуде одређује једнакост цене и просечних варијабилних трошкова.

Најнижа цена може бити она која се изједначава са просечним варијабилним трошковима при њиховом минималном износу (где се остварује једнакост граничних и просечних варијабилних трошкова). Ако је цена виша, она се изједначаје са просечним варијабилним трошковима на вишем нивоу ових трошкова од њиховог минималног нивоа. То јест, изједначаје се у зони опадања ових трошкова, пре достизања њиховог минимума.

Претпоставимо да је продајна цена виша од цене коштања и да се са датим обимом производње остварује профит. У овом случају, линију понуде и поједине фазе обима у вези остваривања производног вишка приказујемо уз помоћ графикана на слици 1.

Од нулте производње (O_0) до обима код тачке O_1 на апсциси одвија се прва производна фаза. У њој је губитак већи од фиксних трошкова, тј. од

губитка при нултој производњи. То је фаза смањивања губитка и његовог свођења на износ фиксних трошкова.



Слика 1.

Испод пресека линије цене и просечних варијабилних трошкова налази се – на линији граничних трошкова – доња или почетна тачка линије понуде једне робе.

Од тачке O_1 до тачке O_2 на апсиси следи друга производна фаза. У овој фази врши се елиминација губитка.

Трећа производна фаза остварује се у интервалу обима од тачке O_2 до тачке O_3 . Реч је овде о фази остваривања и максимирања добитка. Она има две под-фазе – под-фазу остваривања и максимирања добитка уз снижавање цене коштања, и под-фазу његовог остваривања и максимирања уз извесно повећање цене коштања. Максимални износ профита остварује се при једнакости граничних трошкова и цене. То би требало да буде горња или завршна тачка линије понуде.

У четвртој производној фази – од тачке O_3 до тачке O_4 на осци обима остварује се све мањи профит. На крају ове фазе он је једнак нули.

(2) *Производни вишак* по јединици производа односно робе (пв) јесте разлика између цене и просечних варијабилних трошкова: $пв = ц - вт$. То је вишак који се остварује у производњи изнад просечних фиксних трошкова. Његов износ треба да покрива просечне фиксне трошкове (фт) и доноси профит по јединици производа (пф).

Укупан износ производног вишка за дати обим производње може се утврдити као умножак тог обима и разлике између цене и њему својствених просечних варијабилних трошкова: $ПВ = О \times (ц - вт)$. Другим речима, производни вишак за дати обим производње јесте разлика између прихода и варијабилних трошкова код тог обима: $ПВ = П - ВТ$.

У првој производној фази производни вишак је негативна величина. На крају те фазе он је једнак нули, а на крају друге производне фазе достиже

износ фиксних трошкова. У трећој производној фази производни вишак је већи од фиксних трошкова и има (и даље) тенденцију повећања. Максимални производни вишак остварује се код изједначења граничних трошкова и цене. Код његовог максимума имамо и максимални износ профита. У четвртој производној фази производни вишак се смањује и у тачци O_4 достиже износ фиксних трошкова.

5.3. Основне могућности максимирања профита

Максимирање профита предузећа може се вршити у оквиру датог капацитета и на бази повећања капацитета. Најчешће, максимирање профита врши се путем реорганизације, на основу утврђивања и искоришћавања тзв. унутрашњих резерви. Реч је овде о краткорочним напорима, у току пословне године. Даљи напори у правцу повећања профита базирају се на инвестицијама и повећању капацитета, што захтева дужи период од једне године.

(1) *Са датим капацитетом*, пре свега средстава за рад, максимирање профита може се вршити на основу: промене асортимана производње и реализације (а), повећања прихода (б), смањивања расхода (в) и убрзавања обрта капитала (г).

(а) Могућности промене асортимана производње у току једне године су ограничене. Са једне стране, зато што је изражена потреба устаљивања производње, као основе добре организације пословања. И са друге, зато што значајнија измена асортимана захтева инвестициона улагања. Међутим, оне нису занемарљиве, па се морају стално сагледавати и анализирати. Често, током године, долази до повећања или смањења наруџбина појединих производа. Предузеће се томе мора прилагођавати. Застој у продаји или пад цена код једних производа захтева повећање производње других, како би у што већој мери био остварен планирани учинак.

(б) Повећање прихода и добитак стоје у управној сразмери. Приход предузећа се може повећавати на следећи начин: повећањем степена коришћења капацитета (и са тим, обима производње и реализације), повећањем цена, као и остваривањем додајних односно нових врста прихода. Реч је овде углавном о ширењу тржишта, које предузеће врши путем: увођења нових метода продаје, интензивније рекламе, бољих услова продаје, продора на нове тржишне сегменте и слично. Повећање цена није у функцији ширења тржишта, али под одређеним условима оно га не ограничава.

(в) Смањивање расхода и добитак стоје у обрнутој сразмери. Оно се може вршити на основу: смањивања утрошака, набавке по нижим ценама, замене појединих врста предмета рада, елиминисања вишкова производних и прометних ресурса, као и ограничавања варијабилно-прогресивних трошкова. У смањивању расхода приоритет имају највеће ставке, јер су код њих

могуће и највеће уштеде. Посебну пажњу заслужују и варијабилно-прогресивни трошкови, које треба најчешће преиспитивати.

(г) Убрзање обрта капитала, исто као и повећање прихода, стоји у управној сразмери са добитком. Разлике у времену обрта капитала између појединих делатности и појединих роба објективно су условљене. Оне намећу различите стопе приноса (стопе добити на трошкове производње, стопе марже, као и стопе рабата), као услов једнакости економског положаја предузећа у привреди. Међутим, у оквиру једне делатности или производње једног производа, предузеће може имати бржи обрт капитала од својих конкурената и по том основу остваривати већи профит. Бржи обрт капитала у предузећу може се остваривати, пре свега: повећањем сигурности и скраћивањем времена набавке, скраћивањем времена производње и промета путем техничко-технолошких промена и иновација, продајом робе са краћим роком наплате, синхронизацијом појединих фаза у производњи и промету, ажурнијом наплатом потраживања од купаца, као и производњом према пристиглим и прикупљеним наруџбинама односно за познатог купца.

Убрзање обрта капитала уз расположиви стални капитал врши се углавном путем смањења и нове оптимализације расположивог оптицајног капитала (пре свега, садржаног у залихама и потраживањима).

(2) Инвестиционо улагање и *повећање капацитета* резултира у максимирању профита на више начина.

(а) У производном предузећу, инвестирањем се прво отклањају тзв. уска грла производње. Једно средство за рад постаје уско грло ако и поред интензивног коришћења онемогућава потпуније коришћење других средстава. Његово ограничавајуће дејство смањује се или отклања набавком још једног, исто таквог, средства за рад. Или, заменом другим средством које има веће производне способности.

Инвестирање се често врши ради проширивања постојећих капацитета. Ако нема ограничавајућег дејства тржишта, профит би требало да расте у већој мери него ли капацитети и обим производње. Прво, због самог обима. И друго, због снижавања просечних трошкова производње.

У још већој мери, профит се повећава ако се инвестира у капацитете за производњу нових производа који су на тржишту дефицитарни и који доносе натпросечни профит.

(б) У трговинском предузећу, увећање капацитета не врши се само на основу повећања сталног капитала (као што је то случај у производном предузећу). Оно се може вршити и на основу повећања оптицајног капитала, које ће резултирати: у ширем асортиману продаје (бољој снабдевености робом), већој тражњи и промету.

У трговини капацитет није јасно одређен. Он се често утврђује на основу оствареног промета на тржишту у претходном периоду, као и промет-

них ресурса са којим се располагало у том периоду. На пример, на основу већ оствареног промета по прометном објекту, као и по квадратном метру површине прометних објеката.

Већи прометни простор значи и већи промет и, уз дату маржу, већи профит. Но, повећање промета не мора бити пропорционално повећању тог простора. Оно може бити веће или мање. Биће веће ако на то утичу извесни екстерни и интерни фактори, као што су: избор локације, врсте и квалитет услуга промета, име предузећа и поверење које има код купаца и др. Исти фактори могу имати и супротно дејство на износ промета.

Ако у земљи трговачки капитал расте брже од производног, промет по јединици капацитета се смањује. То ће довести до повећања трошкова промета и смањења трговачког профита (као и профитне стопе). И даље, до повећања конкурентске борбе на штету трговине.

5. 4. Инвестиције

(1) У области привреде, инвестиције су капитална улагања ради унапређења и проширења материјалне основе рада. У стварности, као и у економској теорији, прави се разлика између бруто и нето инвестиција. Бруто инвестиције су укупна улагања, независно од тога у чему резултирају. Нето инвестицијама се називају улагања која резултирају у проширењу материјалне основе рада; дакле, у повећању износа предујмљеног капитала.

За инвестиције се могу користити сопствена и туђа средства.

Сопствена средства у предузећу јесу новчана средства издвојена – у фонду амортизације, фонду акумулације и у резервном фонду. Амортизација је намењена замени утрошених средстава за рад, док је акумулација намењена ангажовању додајног капитала односно проширивању материјалне основе рада. Средства из резервног фонда користе се изузетно.

Коришћењем сопствених средстава за инвестиције врши се капитално самофинансирање предузећа. Оно има своје предности. Рецимо, у овом смислу: прво, остваривање одређених програма није условљено кретањима на тржишту капитала; друго, не долази до задуживања предузећа и промене односа сопственог и туђег капитала; и треће, тиме што делује на повећање цена акција предузећа. Недостатак сопствених средстава за инвестиције не представља велики проблем. Јер, на тржишту углавном увек има слободних новчаних средстава која се могу прибавити за инвестиције. То су разне врсте уштеда у свим секторима. Највећи значај имају штедња становништва и слободна средства у различитим фондовима. Често се та средства, нарочито у економски развијеним земљама, могу добити под повољнијим условима (када централна банка утиче на снижавање каматне стопе ради поспешивања привредне активности).

(2) Потребан износ инвестиција у једном предузећу (ПИН) може се утврдити према обрасцу:

$$\text{ПИН} = \frac{K \times \text{CP}}{100} + \frac{K \times \text{СЗК}}{100}.$$

Где су: К – капитал предузећа; CP – стопа раста предузећа (његовог капитала и производње); СЗК – стопа замене или модернизације капитала.

Стопа раста предузећа има специфични, индивидуални, карактер. Може бити једнака нули, ако предузеће не тежи расту, односно ако тежи само унапређењу (модернизацији) а не и проширењу материјалне основе рада. Ако оно испоручује тржишту нове производе, његова стопа раста биће натпросечна. Или испод просека, ако производи тзв. добра стандардизоване производње (чији је обим производње достигао обим потреба). У сваком случају, стопа раста предузећа јесте величина за коју се власници унапред одлучују, она је израз једног од њихових пословних циљева.

Стопа замене или модернизације капитала предузећа (СЗК) може се израчунати према обрасцу:

$$\text{СЗК} = \frac{\text{амортизација}}{\text{капитал}} \times 100.$$

Буквално, не замењује се капитал у целини, него се врши само замена утрошених средства за рад. Она се замењују путем наменске употребе издвојених средстава амортизације. При томе, предузеће мора издвајати средства за амортизацију колико и његови конкуренти. Ако издваја мање, заостајаће у модернизацији капитала, тј. средстава за рад. (Замена и модернизација капитала у предузећу, тј. средстава за рад, путем амортизације је најчешћи метод у стварности.)

Према наведеном, други елеменат у обрасцу за израчунавање потребног износа инвестиција (ПИН) заправо је амортизација.

Посебно у економски најразвијенијим земљама, јавља се још један метод замене и модернизације капитала у предузећу. Он нема карактер редовног, него више ванредног метода. То је метод замене који се не базира на амортизацији. Водећа предузећа продају делом неамортизована средства за рад (као половна), а затим на бази амортизације и екстерних инвестиција (рецимо, средстава прикупљених на основу нове емисије и продаје акција на тржишту) набављају најновија средства за рад. На тај начин она задржавају своју позицију на тржишту или чак настоје да је побољшају.

(3) На нивоу предузећа, ефикасност инвестиција може се утврдити уз помоћ коефицијената: граничне бруто продуктивности капитала (гБПК); граничне нето продуктивности капитала (гНПК) и односа садашње вредности инвестиционих приноса и инвестиционих издатака (СВ ИПИ).

Ови коефицијенти израчунавају се на основу следећих образаца:

$$\text{гБПК} = \frac{\Delta \text{БП}}{\Delta \text{К, И}};$$

$$\text{гНПК} = \frac{\Delta \text{ПФ}}{\Delta \text{К, И}}; \text{ и}$$

$$\text{СВ ИПИ} = \frac{\text{садашња вредност инвестиционих приноса}}{\text{садашња вредност инвестиционих издатака}}.$$

Где су: $\Delta \text{БП}$ – додајни износ, износ повећања, бруто прихода; $\Delta \text{ПФ}$ – додајни износ, износ повећања, профита; $\Delta \text{К}$ – додајни износ (износ повећања) капитала односно износ инвестиција (И). Садашња вредност инвестиционих приноса јесте збир дисконтованих годишњих износа профита који се очекује у периоду од завршетка и активизације инвестиција до истека века њихове експлоатације (у просечном веку трајања средстава за рад). А садашња вредност инвестиционих издатака, то је збир дисконтованих годишњих износа инвестиционих односно капиталних издатака од почетка улагања до завршетка и активизације инвестиција.¹⁵⁾

Вредности наведених коефицијената не указују непосредно односно сами на ефикасност инвестиција, него само у односу на полазне основе бруто и нето продуктивности капитала.

Полазна основа бруто продуктивности капитала (или броја његовог обрта) јесте бруто продуктивност капитала која се остварује у одређеној делатности, тј. делатности у коју се инвестира. Ако је гранична бруто продук-

15) Садашња вредност неке новчане суме (С) – која се појављује годишње у периоду од n-година у виду износа на почетку прве године (C_0), на крају прве године (C_1), на крају друге године (C_2) итд. – утврђује се дисконтовањем путем одређеног каматног фактора (к), а према обрасцу:

$$C = C_0 + \frac{C_1}{(1+k)} + \frac{C_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{C_n}{(1+k)^n}, \quad \text{где је: } k = \%k / 100.$$

тивност капитала једнака или већа од ове основе, инвестиције су оправдане или ефикасне (утолико више, што је износ или вредност ГБПК већа).

Полазну основу нето продуктивности капитала чини однос профита и капитала у делатности у којој се инвестира, као и у привреди. Према тој основи оцењују се коефицијенти – граничне нето продуктивности капитала, као и садашње вредности инвестиционих приноса и инвестиционих издатака (гНПК, СВ ИПИ). И овде, ако су вредности ових коефицијената једнаке или веће од поменуте основе, инвестиције су оправдане или ефикасне. (Исто, као код оцене граничне бруто продуктивности капитала.)

Коефицијенти граничне нето продуктивности капитала и садашње вредности инвестиционих приноса и инвестиционих издатака могу се исказати и процентуално (множењем са 100). При томе, као полазна основа нето продуктивности капитала намеће се и каматна стопа, која показује минимум или доњи праг нето ефикасности капиталних улагања.

5. 5. Акумулација и централизација капитала

(1) Акумулација капитала јесте његово повећање на основу инвестиција. Оно се може вршити путем капиталног самофинансирања предузећа. Затим, и путем прибављања новца на тржишту капитала.

Стопа акумулација (%А) може се израчунати према обрасцу:

$$\%A = \frac{\text{акумулација}}{\text{предујмљени капитал}} \times 100.$$

Ова стопа показује репродукциону способност предузећа, тј. његову способност повећања капитала, производње и профита.

Значај или сврха акумулације може се сагледавати – са аспекта индивидуалног робног произвођача (предузећа), и са друштвеног аспекта.

Предузеће врши акумулацију ради повећања профита (добитка). На већи износ предујмљеног капитала, при датој ефикасности, следи већи обим производње и већа маса профита. Поред тога, проширивање материјалне основе рада омогућава смањивање просечних трошкова, као и увођење у производњу нових и рентабилнијих производа. Дакле, већи износ капитала најчешће резултира и у већој ефикасности производње. По том основу, остварује се нови, додајни, профит.

Са друштвеног аспекта, крајња или општа сврха акумулације је друштвено-економски развој. То јест, повећање производње и њене ефикасности, те повећање друштвеног богатства. Са њом се обезбеђују нове количине производа – за потрошњу додајног становништва, као и за додајну потрош-

њу укупног становништва. Њена сврха може бити и решавање многих конкретних проблема и задатака (повећање броја запослених, бржи развој појединих подручја и региона, бржи развој појединих делатности, изградња објеката од општег привредног значаја и др.).

(2) Са акумулацијом долази до концентрације, тј. нагомилавања капитала у предузећу, као и у привреди једне земље. Оно је објективна нужност. Наводи се као један од основних економских закона. Нема додајне производње ако није обезбеђен додајни износ капитала.

Централизација капитала је процес који се огледа у сужавању контроле над овим привредним ресурсом. Овде није реч о нагомилавању капитала у предузећу и једној земљи, него о његовом нагомилавању у рукама субјеката који га контролишу или држе у власништву. Има више врста ових субјеката. Прво, то су физичка лица. Друго, то су правна лица која, као инвеститори, расположива средства улажу у области привреде. Реч је овде пре свега о различитим друштвеним фондовима. Треће, то је држава. Она је власник великог броја предузећа од општег значаја. И четврто, то могу бити инострани повериоци. Они своје интересе обједињују и штите пре свега преко Међународног монетарног фонда и Светске банке.

Овај процес има своје позитивне и негативне стране. Позитивна страна је што се о употреби капитала једноставније одлучује. Затим, што се са већим сумама капитала отварају нове могућности у смислу крупних инвестиција које значе прогрес али и обезбеђују извеснији и већи профит. Централизација капитала доприноси и повећању сигурности остваривања основних друштвених циљева. Ако се остварује и изван граница једне земље, може резултирати у њеном бржем укључивању у међународну поделу рада.

Но, централизација капитала је у супротности са демократијом. Она омогућава појаву олигархије. Појединци који су у положају да одлучују о употреби и коришћењу веома великих сума капитала имају и моћ да неформално утичу на одлуке званичне власти (извршне, законодавне и судске). Поред тога, централизација капитала, посебно на нивоу државе, доводи до развоја бирократије и неефикасности. Долази до нагомилавања радних места, многи прописи не важе и за државна предузећа итд. Када је реч о различитим друштвеним фондовима, инвестиције које врше у области привреде могу доводити у други план њихову основну намену. У условима глобализације, она може значити и губитак државног суверенитета, односно права земље да сама брине о свом друштвено-економском развоју.

5. 6. Тржишна вредност капитала

Тржишна вредност капитала (ТВК) утврђује се приликом спајања и припајања предузећа, као и приликом њихове продаје. То је вредност преду-

зећа као тржишног субјекта. У значајној мери, она је одређена његовим пословним успехом, који остварује на тржишту или по тржишним условима. Приказујемо, овде, три метода утврђивања ове вредности: дезинвестициони метод (1), метод капитализације добитка (2) и метод корекције књиговодствене вредности капитала (3).

(1) Први (дезинвестициони) метод има за претпоставку дезинвестицију капитала. У просечном веку трајања сталног капитала (од n -година) ослобађају се крајем сваке године следећи новчани износи: амортизација, средства за резервни фонд (ако се издвајају независно од пословног успеха), као и добитак. То су дезинвестирани износи (ДИ). У години након односно после тог периода ($n + 1$) остаје недезинвестирани капитал (НК) за који важи претпоставка да ће се продати. Уз дату каматну стопу ($\%k$), а то је просечна банкарска каматна стопа на инвестиционе кредите, тржишна вредност капитала се утврђује као сума садашње вредности ових елемената (као сума њихових дисконтованих вредности), према следећем обрасцу:

$$ТВК = \frac{(ДИ)_1}{(1+k)} + \frac{(ДИ)_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{(ДИ)_n}{(1+k)^n} + \frac{НК}{(1+k)^{n+1}}$$

(2) Метод капитализације добитка уважава пословну орјентацију и временску постојаност капитала предузећа. Привремено дезинвестирана новчана средства се враћају у процес репродукције. Она служе за обезбеђивање континуитета у обављању одређене или одређених делатности. Код овог метода, тржишну вредност капитала одређују очекивани добитак и стопа капитализације:

$$ТВК = \frac{\text{интерполирани добитак предузећа} \times k_{кпс}}{\text{стопа капитализације}}$$

Интерполирани добитак предузећа утврђује се на основу његове просечне профитне стопе за задњих неколико година. (На пример, ако је у задње три године оствариван добитак у просеку по стопи од 20%, и ако је сада износ предујмљеног капитала 100.000 – интерполирани добитак у наредних годину дана биће 20.000) Он се коригује коефицијентом кретања пословне сигурности у бранши предузећа у тој години ($k_{кпс}$), те се добија очекивани добитак (очекивани добитак = интерполирани добитак $\times k_{кпс}$)¹⁶⁾

¹⁶ Како се израчунава овај коефицијент показано је у наслову Приноси и њихова капитализација.

С друге стране, стопа капитализације израз је карактеристичне профитне стопе предузећа. Може се израчунати као количник те профитне стопе и броја 100. (У управо наведеном примеру, стопа капитализације је 0,2.)

(3) Метод корекције књиговодствене вредности капитала приказујемо у две варијанте. У првој, као коректор служи однос суме књиговодствене вредности капитала и очекиваног финансијског резултата ($КВК \pm ФР$, при чему се добитак додаје а губитак одузима), и суме ове вредности и камате коју би она доносила ако се уложи у банку као депозит ($КВК + К$). А у другој, коректор је однос тржишне вредности акција ($ТВА$) и њихове ревалоризоване књиговодствене вредности ($КВА$). Израчунавање тржишне вредности капитала овим методом врши се, дакле, према следећим обрасцима:

$$ТВК = КВК \times \frac{КВК \pm ФР}{КВК + К}; \quad ТВК = КВК \times \frac{ТВА}{КВА}.$$

Овако израчуната, тржишна вредност капитала није једнака нули ако предузеће не остварује добитак, односно ако послује са губитком. Она је само мања од његове књиговодствене вредности. (Вредност једнака нули може се добити применом другог метода, тј. метода капитализације.)

* * * * *

Приказани методи се међусобно допуњују. Помоћу њих се добијају мање-више различити износи. То је и разумљиво, с обзиром да се тржишна вредност капитала утврђује са различитих полазних основа.

Тржишна вредност капитала само је једна од одредница његове продајне вредности. Од оријентационог износа утврђене тржишне вредности одузима се вредност туђег капитала. Међутим, остатак није израз продајне вредности. Јер, ова вредност може бити мања или већа, што зависи од осталих одредница или фактора (као што су: тражња за предузећем које се продаје; додајне обавезе купца у вези са радном снагом, заштитом и унапређењем природне средине и развојем; као и додајна права купцу предузећа).

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Економија обима; 2. Линије трошкова; 3. Линија прихода; 4. Гранични приход; 5. Линија понуде предузећа; 6. Производни вишак предузећа; 7. Фазе у остваривању финансијског резултата, фазе рентабилности; 8. Оптимум обима производње; 9. Инвестиције; 10. Бруто инвестиције; 11. Нето инвестиције; 12. Акумулација капитала; 13. Централизација капитала; 14. Тржишна вредност капитала.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Како повећање обима производње утиче на укупан приход предузећа – у случају дате продајне цене, и у случају њеног смањивања?
2. Како повећање обима производње утиче на гранични приход?
3. Како повећање обима производње утиче на кретање укупних и просечних износа – фиксних трошкова, директних трошкова, релативно фиксних трошкова и прогресивних трошкова?
4. Како обим производње утиче на укупне трошкове производње, а како на просечне трошкове или цену коштања?
5. Како обим производње утиче на граничне трошкове?
6. Када се завршава прва фаза у остваривању финансијског резултата – фаза увећаног губитка?
7. Када се завршава друга фаза у остваривању финансијског резултата – фаза смањивања и елиминисања губитка при нултој производњи?
8. У ком случају се завршава трећа фаза у остваривању финансијског резултата – фаза остваривања и максимирања профита?
9. У којим условима се остварује максимални износ профита?
10. Који је то минимални обим производње испод кога се врши обустава производње?
11. Какав облик има линија просечних варијабилних трошкова (вт), и у чему се она разликује од линије просечних трошкова или цене коштања?
12. Објасни кретање линије граничних трошкова и тачку од које она постаје линија понуде (датог производа) предузећа!
13. Које су основне могућности максимирања профита са датим капацитетом предузећа?
14. Како долази до максимирања профита под утицајем инвестиционих улагања која резултирају у повећању капацитета?
15. Како се могу обезбеђивати средства за инвестиције?

16. Како, на основу ког обрасца, можемо израчунати потребан износ инвестиција у предузећу?
17. На које начине се може утврдити ефикасност инвестиција?
18. Како се израчунава стопа акумулације?
19. Које су позитивне и негативне стране централизације капитала?
20. Када и како се врши утврђивање тржишне вредности капитала?
21. Какав је однос тржишне и продајне вредности капитала?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. При сталној продајној цени од 10 дата је следећа скала обима производње: 100, 110, 120, 130 и 150. *Израчунај скалу укупног прихода! Израчунај износе граничног прихода!*

2. Дате су у табели упоредно величине односно вредности – обима производње (О), фиксних трошкова (ФТ), релативно-фиксних трошкова (РФТ), директних трошкова (ДТ) и прогресивних трошкова (ПГТ):

О	ФТ	РФТ	ДТ	ПГТ	Т	гТ	цК
100	100.000	15.000	100.000	-			
120	100.000	15.000	120.000	-			
130	100.000	15.000		-			
140	100.000	15.000		25.000			

Израчунај на основу података у табели: а) недостајуће износе директних трошкова, б) износе укупних трошкова (Т), в) износе граничних трошкова, као и г) износе цене коштања!

3. *Израчунај финансијски резултат (ФР), ако су при датом обиму производње: фиксни трошкови 10.000, укупни трошкови 20.000 и укупан приход 25.000!*

4. *Израчунај финансијски резултат (ФР), ако су при обиму производње од 150 тона робе: продајна цена (и гранични приход) 20, гранични трошкови 20 и просечни трошкови 15!*

5. Предузеће је са капиталом од 1.000.000 остварило профит од 200.000. Приликом расподеле профита за акумулацију је издвојено 50.000. *Израчунај, путем стопе акумулације, повећање репродукционе способности предузећа!*

6. Предузеће је купило нове машине за које је утрошило 900.000 из фонда амортизације и 100.000. из фонда акумулације. *Напиши износ бруто и износ нето инвестиција у овом предузећу!*

7. Капитал предузећа је 100.000, а амортизација 20.000. Један од његових пословних циљева је раст по стопи од 10%. *Израчунај потребан износ инвестиција!*

6. Монополи

6.1. Појам и настанак монопола и облици монополског профита

(1) Монопол је стање једног продавца на тржишту. У ширем смислу, монополиста је продавац који остварује монополски профит. Овде није битан број предузећа, већ само то да се остварује извесан добитак мимо рада и обима учинка. Он се често остварује и у прикривеном облику. Због тога се, још, може рећи да је монополиста оно предузеће које се налази у бољем економском положају не својом заслугом.

Стање два продавца на тржишту јесте дуопол, а мањег броја (3 до 6) олигопол. Када је реч о купцима, имамо монопсон, дуопсон и олигопсон.

Предузеће се може наћи у монополском положају по различитим основима. Било под утицајем извесних околности, или властитих активности и напора у том правцу. Као најчешће, наводимо следеће основе: концентрацију капитала и производње; договор предузећа (нарочито о цени и обиму производње); повезивање предузећа тзв. системом учешћа; јединствени и недељиви техничко-технолошки процес; те, јединствене као и повољније природне и друштвене услове обављања елатности.

(2) Под монополским профитом подразумевамо износ вредности који извесно предузеће захвата или добија приликом размене мимо свог рада и обима учинка. Он се може остваривати у два основна облика: у имплицитном (прикривеном), као и у експлицитном (видљивом, израженом) облику.

У имплицитном облику монополски профит се јавља када није садржан у реализованом профиту односно добитку предузећа. Он се остварује увећањем трошкова – путем увећане амортизације, увећаних зарада запослених и других увећаних трошкова (преко њихових стандардних односно просечних или друштвено прихватљивих износа). Значи, може се присвајати и када се профит остварује по просечној профитној стопи у привреди, па и по нижој стопи од просечне. У експлицитном облику монополски профит се остварује у оквиру износа реализованог профита или добитка.

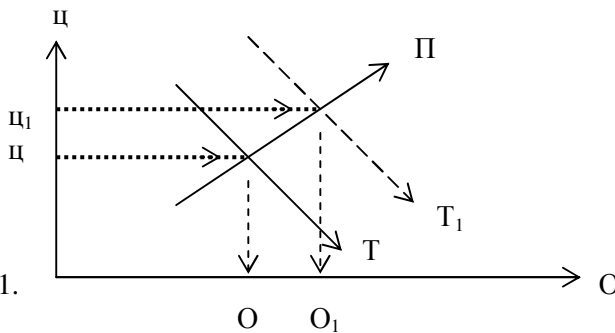
Ако предузеће као једини произвођач остварује профит по стопи која је виша од просечне профитне стопе у привреди, то значи да се налази у бољем економском положају на тржишту. Тај вишак профита – изнад просечног – може бити резултат његовог рада и његових заслуга, и у том случају он има карактер екстра профита. Но, може се остваривати и мимо тога, и тада има карактер монополског профита. Често се екстра и монополски профит остварују заједно, па их је тешко диференцирати односно разлучити.

6. 2. Основи остваривања монополског профита

Углавном, монополски профит у експлицитном облику остварује се двојако, тј. по два основа. Прво, по основу више продајне цене. И друго, по основу ниже цене коштања производа.

(1) Има више фактора који омогућавају монополу да повећава цену. Овде наводимо оне који су, чини се, најважнији.

Прво, то је повећање куповне моћи становништва. (Као што знамо, зараде запослених у једној земљи повећавају се – приликом обнове колективних и појединачних уговора о раду – у мери повећања општег нивоа продуктивности рада.) Оно омогућава монополу да повећава цену, а да то не утиче на смањење његовог обима производње. Приказујемо утицај овог фактора и графички, на слици 1.



Слика 1.

На водоравној линији приказано је кретање обима понуде и тражње (О). А на вертикалној линији, приказано је повећање цене (ц).

Овде видимо да повећање дохотка води померању линије тражње удесно. Монопол може продавати по вишој цени (c_1) и задржати обим производње (О). Најчешће, он се понаша тако што робу продаје по вишој цени, а обим производње повећава у недовољној мери (испод нивоа који показује тачка O_1 на апсиси, а која је израз равнотеже понуде и тражње).

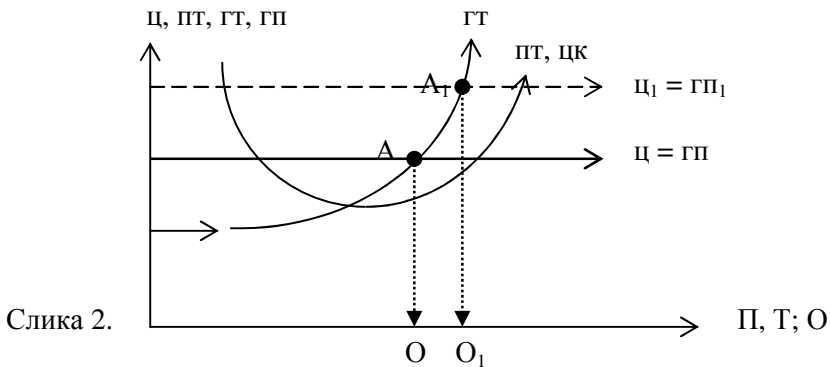
Друго, то је инфлациона политика државе. Програмирањем и одржавањем инфлације на одређеном нивоу, нпр. релативно у износу 2 до 3% годишње, држава „наплаћује“ тзв. инфлациони порез. Предузећа настоје да очекивану инфлацију уграде у цене својих производа. У томе предњаче монополи; они први и у већој мери подижу цене својих производа, па поменути порез у крајњем случају „плаћају“ грађани и немонополисана предузећа.

Треће, то је иререверзибилност тражње. Реч иререверзибилност значи немогућност враћања на пређашњи ниво. При датом нивоу тражње формиран је процес потрошње, и у њему су мање-више развијене навике потрошача.

Са повећањем цене тражња се неће вратити на ниво који одговара тој вишој цени, или ће се вратити делимично.

И четврто, то је стопирање реакције власти. Реч је овде о трошењу значајних сума новца од стране монопола за лобирање у свом интересу. То јест, за прећутну сагласност или благу реакцију на испољавање монополске моћи. Или, пак, реч је о укључивању у структуре власти.

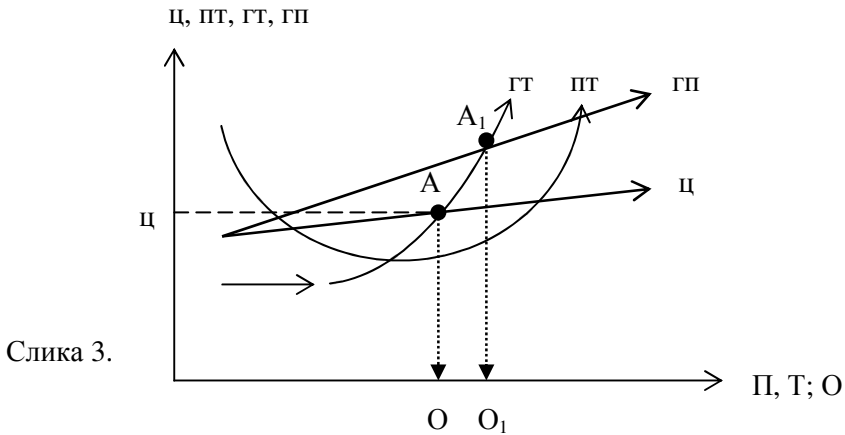
Остваривање монополског профита путем повећања продајне цене приказујемо графички на слици 2. На водоравној оси приказан је обим понуде, као и тражње (O). A на вертикалној оси, приказано је кретање цене (ц), граничног прихода (гп), цене коштања (пт, цк) и граничних трошкова (гт).



Највећи износ профита у маси остварује се при једнакости граничних трошкова и граничног прихода ($гт = гп$). Ову равнотежу показује тачка A испод које, вертикално, на апсциси лежи тачка оптималног обима производње (O). У случају повећања цене линију ц замењује линија ц₁. Та нова линија захтева повећање обима производње до тачке O₁, да би се успоставила нова тачка равнотеже (A₁). Али, монополиста не повећава производњу па гранични трошкови остају на нивоу тачке A, док је гранични приход повећан до нивоа увећане цене (ц₁).

Можемо претпоставити – тенденцију повећавања продајне цене (ц), као и тенденцију повећавања обима производње (O) али релативно у много мањој мери. У овом случају гранични приход је већи од продајне цене, а монополски профит се остварује у условима које приказујемо на слици 3. (Види ову слику на следећој страни.)

Као што видимо на овој слици, монополиста би требало да производи више – до нивоа O₁ на апсциси, који се налази вертикално испод тачке пресека граничних трошкова и граничног прихода (A₁). Међутим, он производи мање, на нивоу који показује тачка O. На том нивоу производње продајна цена и гранични трошкови су једнаки, али је гранични приход већи.



Слика 3.

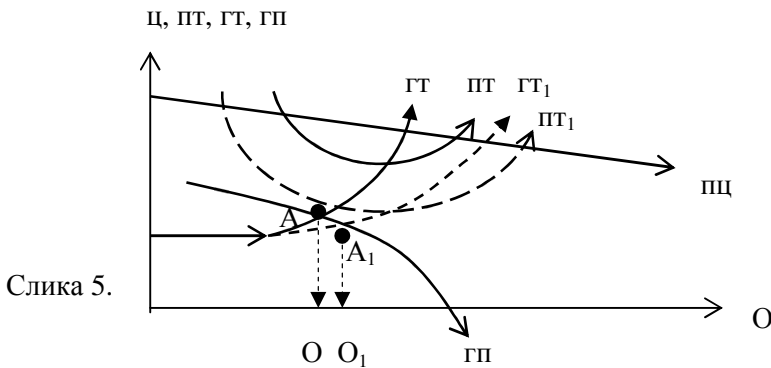
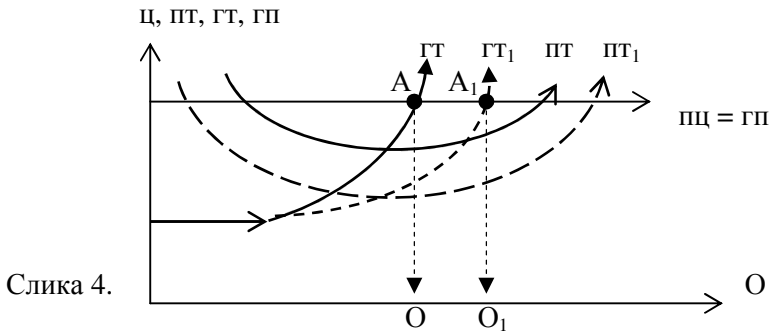
(2) Монополски профит може се остваривати и по основу снижења цене коштања, које се врши независно од повећања обима производње.

С једне стране, нижу цену коштања омогућавају ниске набавне цене сировина и других ресурса, са којима се добављачи доводе у подређен економски положај. Наиме, када набавља предмете рада, произвођач се може наћи у улози моносона. Тада он утиче на набавне цене тако да му оне смањују цену коштања. У стварности, он уговара набавку на дужи рок, чиме стабилизује производњу својих добављача. При томе, обим набавке му је знатан односно велики. Све то, или само његова снага, омогућава му да диктира ниже цене, или тражи повољније услове набавке (већи попуст од цене, бесплатну допрему до места потрошње и друге).

С друге стране, нижу цену коштања омогућавају и повољнији природни и друштвени услови производње. На пример, један рудник са датим капиталом и трошковима може остварити већи обим производње зато што има богатије налазиште од других рудника са истим капиталом и трошковима. А то значи да ће имати ниже цене коштања од износа ових цена код осталих произвођача, тј. рудника.

Остваривање монополског профита по основу снижавања цене коштања приказујемо уз помоћ графикана, на сликама 4. и 5. (Види ове слике на следећој страни.) На слици 4. приказујемо остваривање монополског профита путем снижавања цене коштања у случају дате или непроменљиве продајне цене. Док, на слици 5, приказујемо његово остваривање у случају снижавања продајне цене. Оба случаја су присутна у стварности, те због тога овде и заслужују нашу пажњу.

На водоравној и вертикалној оси имамо исте величине као на претходним сликама, на слици 2. и 3.



Снижавање цене коштања, тј. просечних трошкова производње – без повећања обима производње, на основу диктирања нижих набавних цена нарочито предмета рада или пословања у повољнијим природним као и друштвеним условима – резултира у спуштању њене линије, као и линије граничних трошкова. Линије $пт_1$ и $гт_1$ су нове, сада актуелне, и оне замењују линије $пт$ и $гт$. То нарушава већ успостављену равнотежу ($гп = гт$) у тачки A . Односно, захтева повећање обима производње до тачке O_1 да би се успоставила нова равнотежа ($гп = гт_1$) у тачки A_1 . Али, монополиста остаје при истом обиму производње, па су му сада гранични трошкови ($гт_1$) нижи од граничног прихода. Њихов ниво показује тачка на линији $гт_1$ која се налази вертикално изнад тачке O на апсциси.

6. 3. Испољавање и утврђивање монополске моћи предузећа

Монополска моћ предузећа испољава се у стварности на више начина, односно у више различитих облика. Сви ти облици резултирају у побољ-

шавању његовог економског положаја мимо рада и обима производње. Као основне или најважније истичемо овде следеће:

- прекомерно повећање цена (1),
- задржавање обима производње (2),
- набавку сировина и енергената по нижим ценама од тржишних (3),
- продају по ниским непотпуним ценама (4),
- манипулативно увећање извесних трошкова (5), као и
- концентрацију производње (6).

(1) Најчешће, предузеће остварује монополски профит путем прекомерног повећања цена, као и задржавања обима производње.

У датом моменту, према општем закону тражње, повећање цена резултира у опадању ефективне тражње, тј. обима продаје. При датом износу платежно-способне тражње, свако повећање цена доводи до смањивања обима тражње. Односно, тржиште ће „усисати“ мању робну масу.

Међутим, у времену се испољавају извесне тенденције економских појава супротне овом закону. Најпре, присутна је тенденција пораста општег нивоа цена (инфлација). Затим, под утицајем инфлације врши се повећање зарада запослених и доходака. Уз то, зараде се повећавају и под утицајем раста продуктивности рада. На основу тога, долази до тенденцијског повећања платежно-способне тражње. У тим условима, предузеће може подизати цене, а да то не утиче на обим његове продаје. Што је конкуренција на тржишту слабија, предузеће је у могућности да повећава цене у већој мери (од општег просека у изразу инфлације) и да тако остварује монополски профит.

Повећање цена у условима инфлације је нужно, да се не би погоршао економски положај привредних субјеката. Међутим, са повећањем цене једног производа не може се вршити захватање тзв. потрошачког вишка. Исто тако, не може се „освајати“ износ повећања платежно-способне тражње, те успоравати и задржавати његов обим производње.

У економској теорији истиче се да на тржишту слободне конкуренције предузеће максимира профит – у случају једног производа – ако су му гранични трошкови и продајна цена једнаки. Код монопола долази до разликажења цене и граничних трошкова. То јест, сматра се да је цена виша и да због тога предузеће остварује монополски профит. У вези с тим, предлаже се утврђивање монополске моћи на основу следећег коефицијента:

$$L = \frac{c - g}{c}$$

Где су: L – коефицијент монополске моћи; c – продајна цена датог производа; g – гранични трошкови овог производа.

„Ову меру монополске моћи увео је 1934. економист Abba Lerner и назива се Lernerov индекс монополске моћи.“¹⁷⁾ Ако је његова вредност једнака нули, онда нема монополске моћи. Што је он већи од нуле, монополска моћ је све израженија. (Математички, у свом повећању он се може приближити јединици, али је увек мањи од ње.)

У вези приказаног коефицијента монополске моћи истичемо следеће. Он нема употребну вредност у стварности. И то, из два основна разлога; из теоријског, као и из практичног разлога.

Када производ стално (тенденцијски) поскупљује или појефтиније, цена и гранични приход не могу бити једнаки, тј. цена није више израз граничног прихода. Предузеће у овом случају максимира профит – када је реч о једном производу – код једнакости граничног прихода и граничних трошкова. Монополска моћ се сада изражава у неједнакости – када је гранични приход већи од граничних трошкова. Према томе, у наведеном обрасцу уместо цене (ц) требало би да стоји гранични приход (гп).

Гранични приход и гранични трошкови су аналитичке категорије. У пракси се најчешће не утврђују – јер се производи више врста производа, и не појављују се само по основу повећања обима производње. Чим у асортману има више артикала, постоји проблем разграничавања додајних трошкова предузећа по њиховим носиоцима односно производима. Исто тако, постоји проблем и разграничавања оствареног додајног прихода предузећа.

На прекомерност повећања цене једног производа указује вредност коефицијента (кПЦ), који се може израчунати помоћу следећих образаца:

$$(кПЦ)_1 = \frac{\%Ц - \%И}{\%Ц}; \quad (кПЦ)_2 = \frac{\%Ц - \%РТ (РТ/Т)}{\%Ц}.$$

Где су: %Ц – стопа повећања цене датог производа; %РТ – стопа повећања репрезентативних трошкова овог производа; РТ, Т – износ његових репрезентативних, те укупних трошкова производње; %И – стопа повећања општег нивоа цена, тј. стопа инфлације.

Други образац употребљава се када предузеће повећање цене правда пре свега повећањем репрезентативних трошкова, односно растом цена основних предмета рада. Овде се стопа раста репрезентативних трошкова датог производа коригује њиховим значајем, тј. учешћем у укупним трошковима његове производње. Корекција је извршена у бројиоцу овог обрасца.

Прекомерно повећање цене једног производа имамо ако је вредност

17) Види, Robert S. Pindyck – Daniel L. Rubinfeld: *Mikroekonomija*, Mate, Zagreb, 2005, str. 341.

кофицијента (кПЦ) већа од нуле. Оно је утолико више и израженије, што је ова вредност већа.

(2) Пораст платежно-способне тражње за извесном робом произвођач монополиста може „освојити“ повећањем обима производње и продаје те робе уз дату цену на тржишту. Или, пак, повећањем њене цене уз дати обим производње и продаје. Ово су две крајње могућности. Најчешће, монополиста повећава цену, али у мањој мери и обим производње. Он и не би могао да присваја додајну платежно-способну тражњу само путем повећања цене. Пре свега, јер би тиме поништавао благодети повећања доходака и куповне моћи највећег броја људи (благодети која резултира у повећању обима потрошње и степена задовољавања потреба). Односно, јер би тиме довео до незадовољства и радикалних промена, тј. до реформи које би се негативно одразиле и на његов положај.

Дакле, задржавање обима производње јавља се не само када нема никаквог повећања производње, него и када је то повећање мање од могућности која произилази из раста платежно-способне тражње. Испољаване монополске моћи на овај начин утврђујемо помоћу коефицијента задржавања производње (кЗП), који израчунавамо помоћу образаца:

$$(кЗП)_1 = \frac{(\%O + \%Ц) - \%И}{\%O}; \quad (кЗП)_2 = \frac{(\%O + \%Ц) - \%РТ (РТ/Т)}{\%O}.$$

Значење симбола у овим обрасцима исто је као и код претходно наведених. Нова величина овде је само стопа повећања обима производње датог производа (%О).

У бројоцу наведених образаца имамо две величине. Прва је стопа номиналног раста прихода датог производа, под утицајем повећања његовог обима производње и цене (%О + %Ц).¹⁸⁾ А друга, стопа која умањује ову величину да би се приближила свом реалном износу. Реч је овде о стопи раста општег нивоа цена (%И). Или, пак, о стопи повећања репрезентативних трошкова производње (тј. повећања цена основних предмета рада), коригованој односом ових и укупних трошкова производње датог производа.

На основу вредности израчунатих коефицијената (кЗП)₁ и (кЗП)₂ можемо видети да ли постоји или не постоји задржавање обима производње. Испољаване монополске моћи предузећа путем задржавања обима производње имамо када су вредности ових коефицијената веће од јединице. Ако

18) Тачније, стопа раста прихода израчунава се према обрасцу: $\%O + \%Ц + (\%O \times \%Ц / 100)$. Међутим, ми смо овде њен додајни износ у изразу $(\%O \times \%Ц / 100)$ занемарили због његове минорности односно минимуса.

су једнаке јединици, или мање, нема задржавања обима производње.

Наведени обрасци, може се рећи, указују и на производну еластичност (брutto) прихода у његовом реалном износу (тј. на законитост односа производње и реализоване реалне вредности). Ако претпоставимо да је стопа раста цене једнака стопи инфлације, или коригованој стопи раста репрезентативних трошкова производње – онда произилази да приход или реализована вредност (у реалном износу) треба да расте у мери повећања обима производње. (Реч је овде о општем случају. Изузетно, код производа где из објективних разлога опада продуктивност рада, мора долазити до натпросечног повећања цена.)

Уместо стопа раста појединих величина, код израчунавања коефицијената задржавања обима производње (кЗП) и, пре тога, коефицијената прекомерног повећања цене (кПЦ) – могу се користити и њихови коефицијенти раста. Ако је, на пример, стопа повећања једне величине 5%, коефицијент њеног повећања износи: $(5 + 100) / 100 = 1,05$.

(3) Набавку сировина и енергената по нижим ценама од тржишних могу вршити предузећа која имају одлике моносона. Такве цене омогућавају им пословање са нижим трошковима. Мањи расходи значе остваривање већег профита у коме је, по овом основу, садржан и монополски профит.

Наравно, оправдано је да она обезбеђују ниже набавне цене. Јер, путем великих наруџбина доприносе повећању степена организације, стабилности и ефикасности пословања својих добављача. Питање је само – у којој мери те цене треба да буду ниже од тржишних?

Неопходно је у вези с тим одредити друштвене стандарде зависно од врсте производње, у релативном облику (као проценте одступања од тржишних цена). Они могу бити различити. Рецимо, нижи код великосеријске и масовне производње, а виши код малосеријске и појединачне.

Испољавање монополске моћи у случају набавке сировина и енергената по нижим ценама од тржишних, када је реч о набавци једне робе, могуће је утврдити на основу следећег обрасца:

$$\text{ННЦ} = \frac{\text{ТЦ} - \text{НЦ}}{\text{ТЦ}}$$

Где су: ННЦ – коефицијент ниже набавне цене робе; ТЦ – тржишна цена робе; НЦ – набавна цена робе.

Вредности израчунатих коефицијената за поједине робе помножени са 100 чине стопе. Ако су оне више од одређених стандарда, предузеће на приказани начин испољава монополску моћ. И то, у све већој мери што су израчунате стопе више од одређених стандарда.

Испољаване монополске моћи на овај начин често се не врши у чистом или експлицитном облику. Ниже набавне цене се прикривају и остварују имплицитно. Пре свега, остварују се: путем одобравања рабата и често супер-рабата по већој стопи, путем дужих рокова плаћања без камате или са нижом каматом, путем бесплатне допреме купљене робе, путем уговарања тзв. ексклузивне набавке и производње и слично. Због тога је код утврђивања овог облика монополске моћи, уз помоћ наведеног обрасца, неопходна и допунска анализа односа купца и произвођача.

(4) Продаја робе по ниској непотпуној цени, јесте облик монополистичке ценовне конкуренције. Реч је овде о цени која је виша од просечних директних трошкова, а мања од цене коштања. Таквом ценом монополиста уништава мања предузећа, тј. своје конкуренте. Након тога, он подиже цену, толико да са њом остварује монополски профит.

Ниска непотпуна цена је у интересу потрошача. Међутим, она се као средство монополистичке ценовне конкуренције мора ограничавати. Рецимо, евиденцијом и праћењем таквих цена. А нарочито, спречавањем њиховог прекомерног повећања након елиминације конкурентата.

(5) Бољи економски положај мимо рада и обима производње често се остварује и путем манипулативног увећања трошкова. Реч је овде о злоупотреби која се огледа у одливању једног дела добитка у трошкове. Предузеће путем увећања расхода модификује свој финансијски резултат, тако да не погорша свој економски положај него да га значајно поправи.

Пре свега, на овај начин оно повећава своје учешће у расподели домаћег бруто производа и националног дохотка (јер плаћа држави мањи износ пореза на добитак). Затим, обезбеђује и натпросечне услове за остваривање производње и/или промета током наредног периода (на бази високих зарада радника, високих трошкова рекламе и пропаганде, високих трошкова репрезентације, високих трошкова амортизације, значајних издвајања за истраживање и развој, значајних донација које резултирају у стварању лобија итд.). Са таквим условима имаће бољи положај у конкуренцији, што је претпоставка остваривања већег пословног успеха.

Административним мерама може се ограничавати манипулативно увећање трошкова. Рецимо, утврђивањем граница појединих трошкова (преко стопа амортизације), прогресивним опорезивањем трошкова (зарада запослених, трошкова рекламе и пропаганде и других), као и прописивањем стандарда извесних трошкова (изнад којих се врши опорезивање по стопи пореза на добитак). Наравно, има и других мера. Пре свега, то су мере контроле и ревизије у поступку евиденције и обрачуна.

(6) Доминација производног предузећа на тржишту сагледава се преко његовог учешћа у укупној производњи и реализацији извесног производа (тржишној понуди и тражњи). Чим је то учешће веће од 50%, предузеће има

доминантни положај. Тада је оно у могућности да диктира цене и обим производње. Поред тога, може утицати чак и на регулативу.

Држава ограничава концентрацију производње у оквиру једног предузећа. Тако, што утврђује и нормира (правно) проценат учешћа у производњи и реализацији изнад ког ће се предузеће сматрати монополем. Висина овог процента зависи од тога каква тржишна структура се жели. Ако се жели дуопол или монопол уз значајно присуство такозваних аутсајдера, он може износити 40%. Док, ако се жели олигополска тржишна структура, он ће бити мањи (15 до 20 %).

Олигопол је стање мањег броја (5 до 6) произвођача једног производа. На оваквом тржишту присутна је конкуренција пре свега путем диференцирања производа (нарочито у погледу изгледа, функционалности, квалитета и имена или марке). Диференцирањем производа предузеће добија свој производ, мање-више различит од других, са којим максимира профит. Сталне промене производа у наведеном погледу захтевају додајне трошкове који поскупљују производњу. Зато оне потрошачима краткорочно нису у интересу, али јесу дугорочно (јер им доносе све боље, као и нове производе).

Испољавање монополске моћи предузећа путем концентрације производње – када је његово учешће у производњи и реализацији веће од лимитираног – држава сузбија да би добила жељену тржишну структуру. Тамо где то није могуће, она и непосредно регулише положај монопола. Или их, пак, држи у свом власништву.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Монопол; 2. Дуопол; 3. Олигопол; 4. Мнопсон; 5. Дуопсон; 6. Олигопсон; 7. Монополски профит; 8. Монополска моћ; 9. Lerner-ов индекс монополске моћи; 10. Концентрација производње.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Који су најважнији основи настанака монопола?
2. Каква је разлика између монополског и екстра профита?
3. Која су два основна облика остваривања монополског профита?
4. Наведи могуће појавне елементе монополског профита у имплицитном облику његовог остваривања!
5. Која су два основа остваривања монополског профита у експлицитном облику?
6. Шта је то што омогућава предузећу да подиже цене својих производа на тржишту, и да тако остварује монополски профит?
7. Која су два случаја остваривања монополског профита по основу ниже цене коштања?
8. Наведи основне облике испољавања монополске моћи предузећа!
9. Како се може утврдити испољавање монополске моћи предузећа путем прекомерног повећања цене? Напиши и објасни образац!
10. Како се може утврдити испољавање монополске моћи предузећа путем задржавања обима производње? Напиши и објасни образац!
11. Шта омогућава предузећу да остварује већи приход и профит уз задржавање обима производње?
12. Како се може утврдити испољавање монополске моћи предузећа путем набавке сировина и енергената по нижим ценама од тржишних? Напиши образац!
13. Како се испољава монополска моћ предузећа путем манипулативног увећања трошкова, и како се ова појава може ограничавати?
14. Како се може утврдити испољавање монополске моћи предузећа на основу концентрације производње, и како држава ограничава ову појаву?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Да ли позитивна разлика између граничног прихода и цене сама по себи указује на монополски положај и монополски профит у случају једног производа? Одговор (да или не) напиши уз краће образложење!

2. Стопа повећања цене производа је 30 %, а његовог обима производње 5 %. Уз помоћ обрасца наведеног у тексту, израчунај коефицијент повећања цене, ако је стопа инфлације 10 %. На основу његове вредности, одговори – да ли предузеће испољава монополску моћ путем прекомерног повећања цене!

3. Стопа повећања цене производа је 30 %, а његовог обима производње 5 %. Предузеће повећање цене правда-образлаже повећањем репрезентативних трошкова по стопи од 50 %. Уз помоћ обрасца наведеног у тексту, израчунај коефицијент повећања цене, ако је проценат учешћа репрезентативних трошкова у укупним трошковима производње 20 %. На основу његове вредности, одговори – да ли предузеће испољава монополску моћ путем прекомерног повећања цене?

4. Стопа повећања обима производње једног производа је 5 %, а стопа повећања његове цене 25 %. Општи ниво цена расте по стопи од 12 %. На основу образаца наведених у тексту, израчунај коефицијенте: платежне или приходне еластичности производње, као и производне еластичности прихода. На основу њихових вредности, одговори – да ли предузеће испољава монополску моћ путем задржавања обима производње?

7. Показатељи развијености и ефикасности предузећа

7.1. Показатељи развијености предузећа

Бројни су разлози за сагледавање развијености предузећа. Најчешће, његов бонитет се проверава и утиче на спремност других да са њим успостављају пословне односе. Уобичајено је и да се једном годишње саставља ранг листа одређеног броја највећих или најразвијенијих привредних организација. Они се, тако, истичу као носиоци производње и развоја.

На развијеност предузећа указују, пре свега: његова величина (1), задуженост и ликвидност (2), производне могућности (3) и учешће које остварује у међународној подели рада (4).

(1) Величина предузећа утврђује се помоћу више показатеља. Најважнији су: годишњи износ укупног прихода, износ предујмљеног капитала, као и број запослених радника. Они су комплементарни, али немају заједнички именоватељ. Приликом рангирања полази се најчешће од величине износа укупног прихода.

(2) Задуженост предузећа указује на изворе средстава које оно користи у обављању одређене или одређених делатности. Мала задуженост значи да је оно орјентисано углавном на самофинансирање, тј. на коришћење сопствених средстава. А висока задуженост значи супротно – да је претежно орјентисано на коришћење туђих средстава.

На степен задужености предузећа указује однос туђег и укупног капитала који користи у остваривању укупног прихода и добитка. Туђи капитал чини и показује стање краткорочних и дугорочних обавеза. У највећој мери, то су обавезе по основу кредита и обавезе према добављачима.

Сопствени капитал предузећа јесте разлика између укупног и туђег капитала. У акционарском предузећу то је капитал акционара. Он може бити већи или мањи од ревалоризоване вредности емитованих и продатих акција (због издвајања из добитка за акумулацију или због губитака).

Ликвидност предузећа је његова способност да измирује доспеле обавезе. Она је израз краткорочне пословне равнотеже. Може се утврдити у облику коефицијента – као количник краткорочних обавеза, с једне стране, и краткорочних потраживања и готовине на текућем рачуну, с друге стране. Вредност овог коефицијента требало би да буде мања од јединице, с обзиром да је у краткорочним потраживањима садржан и добитак.

(3) Производне могућности предузећа зависе од квалитета и односа расположивих ресурса. Затим, зависе и од степена задовољености потреба на тржишту за производима које оно производи.

На квалитет запослене радне снаге, као ресурса, указује углавном квалификациона и старосна структура запослених. Док, на квалитет капитала указују мање-више: однос његове тржишне односно репродукционе према књиговодстеној вредности, застарелост и истрошеност средстава за рад (у изразу односа просечног века експлоатације и просечног века трајања, као и односа отписане-амортизоване и набавне вредности), однос стања у фонду амортизације и отписане-амортизоване вредности ових средстава, учешће опреме у сталном капиталу, као и наплативност потраживања (у изразу наплаћеног од укупног износа доспелих потраживања у извесном року).

Поред квалитета, битан је и однос расположивих ресурса. Реч је овде о односу капитала и рада, тј. о тзв. капиталној опремљености рада. Од ње непосредно зависи продуктивност рада.

Степен задовољности потреба на тржишту за извесном робом утврђује се посредно – преко њених залиха, раста производње и реализације, као и профитабилности. Код роба које су нове на тржишту залихе су незнатне, стопе раста производње и реализације натпросечне, а исто и профитна стопа. Супротно имамо у случају роба тзв. стандардизоване производње. Дакле, производне могућности предузећа су веће и ако му тржиште не представља ограничавајући фактор.

Два најважнија показатеља производне могућности предузећа су: бруто продуктивност – рада и капитала. Први се израчунава као количник укупног прихода и количине утрошене (односно запослене) радне снаге. А други, као количник укупног прихода и предујмљеног капитала.

(4) Учешће које предузеће остварује у међународној подели рада показује однос његовог извоза и укупног прихода. Што је ово учешће веће, предузеће је способније да у обављању одређених делатности уважава међународне стандарде. То значи и да је постигло виши степен развијености.

7. 2. Показатељи ефикасности или пословног успеха предузећа

О ефикасности производног предузећа може се говорити у квантитативном (1) и у квалитативном (2) смислу. Она се утврђује на основу више врста показатеља.

(1) У квантитативном смислу, најважније показатеље ефикасности предузећа можемо поделити у три групе. Прву групу чине показатељи динамике улагања елемената производње: стопа раста броја запослених и стопа повећања предујмљеног капитала. Другу, пак, чине показатељи степена коришћења елемената производње: стопа коришћења фонда радног времена, стопа коришћења основних средстава и стопа коришћења предмета рада. А у трећој групи, обухваћени су показатељи динамике остваривања примарног учинка: стопа раста укупног прихода, као и стопа раста извоза.

Показатељима из прве групе утврђује се ефикасност предузећа у обезбеђивању услова за повећање производње (тј. додајног капитала и додајне радне снаге). Такође, утврђује се и његов допринос решавању проблема незапослености, као и увећања капитала у друштвеној производњи путем инвестиција (ради остваривања неопходног привредног раста).

Стопа коришћења фонда радног времена јесте процентуални однос броја ефективних часова рада и фонда расположивог радног времена (у току године). Слично се може рећи и за стопу коришћења основних средстава. Ова стопа представља процентуални однос броја часова стварног коришћења основних средстава у току године и могућег (предвиђеног) броја часова њиховог коришћења у том периоду према одређеним стандардима употребе. Ако су наведене стопе високе, производња у предузећу одвија се без непотребних застоја, па је у вези с тим ефикаснија. Искоришћеност предмета рада сагледава се преко процента шкарта директних материјала. Док, проценат шкарта готових производа показује, са своје стране, ефикасност употребе свих елемената производње.

Стопа раста укупног прихода показује способност предузећа да увећава реализовану вредност. Она показује и његову способност да задржи или увећа своје учешће на тржишту. Помоћу ове стопе може се утврдити допринос предузећа оствареном привредном расту. Вредност извоза робног произвођача део је његовог укупног прихода. Предузеће се мора укључивати у међународну поделу рада и мора прихватати стандарде који важе на светском тржишту. Према томе, стопа раста његовог извоза заслужује пажњу као и стопа по којој увећава укупан приход.

(2) У квалитативном смислу, ефикасност једног предузећа може се утврдити помоћу пет основних показатеља. То су: стопа и износ оствареног добитка, стопа раста продуктивности рада, остварени износ личног дохотка по раднику, дивидендна стопа и стопа раста или пада цена акција.

Стопа и износ оствареног добитка (тј. профита) показује способност предузећа и меру у којој оно остварује основни мотив пословања. У првом реду, израчунава се стопа добитка. Износ добитка по себи изражава квантитет, али велики износи ове величине носе у себи нове квалитете. Рецимо, само највећа предузећа, односно предузећа која остварују високе износе добитка, имају могућност организације истраживања и развоја делатности које обављају (пре свега, развоја нових производа).

Профитабилност акционарских предузећа сагледава се и путем оствареног добитка (тј. профита) по акцији.

Стопа повећања продуктивности рада у предузећу омогућава утврђивање његовог доприноса друштвено-економском развоју (остваривању опште стопе продуктивности рада у привреди). Затим, омогућава утврђивање његове способности да задржи економски положај који има на тржишту. О

чему се овде ради? Зараде радника повећавају се колективним уговорима сваке или сваке друге године, и то у мери опште стопе повећања продуктивности рада у привреди. Увећане зараде јесу параметри које предузеће мора уважавати. Односно, мора повећањем продуктивности сопственог рада стварати могућност за исплату таквих зарада. У противном, његова профитабилност се смањује. То јест, погоршава му се економски положај на тржишту. Закључујемо, на основу наведеног, да је повећање продуктивности рада објективна нужност.

Ако су исплаћене зараде радника у једном предузећу веће од њиховог просека у привреди, то може значити у општем случају да је његова ефикасност у пословању већа. Исто важи ако оно исплаћује дивиденде по стопи која је виша него ли у већини других предузећа.

Најзад, на ефикасност предузећа показује и кретање цена акција. Ове хартије од вредности продају се први пут, приликом емисије, по својим номиналним вредностима (које су истовремено и реалне вредности). Касније, њихове цене се повећавају у мери инфлације. Међутим, могу бити додајно веће, као и мање, што зависи од ефикасности производње у предузећу.

7.3. Инструменти сагледавања стања и ефикасности предузећа

У стварности, стање и ефикасност или пословни успех предузећа сагледавају се на основу књиговодствених података. То јест, путем одређених инструмената, који се састављају на основу ових података. Два основна инструмента са том функцијом јесу: биланс стања и биланс успеха.

Уопште, биланс је двострани равнотежни преглед тј. приказ одређених величина. Реч је овде о величинама које објективно морају бити у равнотежи (средства и њихови извори, приходи и расходи, увоз и извоз, производња и потрошња, и др.). Може бити састављен по хоризонтали или по вертикали. У првом случају, једна његова страна се приказује лево, а друга десно; док, у другом случају, једна страна изнад а друга одмах испод ње.

(1) Биланс стања је преглед средстава и њиховог порекла или власништва на одређени дан. У случају хоризонталног састављања лево се приказују тј. наводе средства односно капитал у функцији, а десно извори тих средстава или њихово порекло. Средства у функцији се називају активном, а извори пасивом предузећа.

Класификација средстава у билансу стања врши се према њиховој растућој или, пак, према опадајућој мобилности.¹⁹⁾ Класификација ставки у пасиви одговара класификацији у активи. У нашој земљи, данас, ставке у

19) Види о томе, др Јован Крстић: *Инструменти финансијско-рачуноводственог извештавања*, Економски факултет, Ниш, 2002, стр. 54.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

овом билансу наводе се у редоследу према опадајућој мобилности.

Веома поједностављени хипотетични пример биланса стања једног предузећа наводимо овде у табели 1.

Табела 1. Биланс стања предузећа на дан 31. 12. 2015.

АКТИВА, СРЕДСТВА		ПАСИВА, ИЗВОРИ СРЕДСТАВА	
1. Готовина	100	1. Краткорочне обавезе	400
2. Потраживања	500	2. Дугорочне обавезе	100
3. Залихе	300	3. Уплаћен акцијски капитал	1500
4. Стална средства	1100	(150 акција × 10 дин. = 1500)	
Свега:	2000	Свега:	2000

Ако је стање активе мање од стања пасиве, онда постоји неравнотежа. Разлика представља изгубљени део средстава у функцији, па се наводи у активи као задња ставка под називом губитак. Неравнотежа постоји и ако је стање активе веће од стања пасиве. Реч је овде о добитку који се, до расподеле, наводи на крају у пасиви под називом нераспоређени добитак.

(2) Биланс успеха је преглед расхода и прихода предузећа насталих у одређеном периоду. Саставља се кад и биланс стања, али се односи на одређени протекли период. Најчешће, то је период од једне године.

Расходи предузећа могу се надокнадити само оствареним приходима. Према томе, њихова сврха су приходи који се остварују на тржишту или по тржишним условима. Путем овог биланса врши се утврђивање исплативости и оправданости обављања одређене или одређених делатности.

Приходи се често наводе према следећем редоследу: пословни приходи, финансијски приходи и непословни и ванредни приходи. Исто тако, и расходи. Разлика између прихода и расхода јесте финансијски резултат, који се јавља у облику добитка или губитка. Добитак је позитивна разлика ових величина. Наводи се на крају расхода (као задња и посебна ставка). А губитак, то је негативна разлика, која се наводи на страни прихода (на крају, под именом нераспоређени губитак).

Биланс успеха може се саставити глобално и парцијално.

Глобално се саставља тако што се на једној страни (водоравно или вертикално) наводе расходи, а на другој приходи предузећа. Разлика између прихода и расхода се утврђује на крају, као добитак или као губитак. Ради равнотеже, добитак се наводи на страни евидентираних расхода, а губитак на страни евидентираних прихода.

Парцијално или степенасто биланс успеха се саставља по вертикали. Укупан финансијски резултат утврђује се на крају, као збир претходно утврђених парцијалних финансијских резултата. У истој табели, пре тога, утврђују се: преглед пословних прихода и расхода, преглед финансијских при-

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

хода и расхода, као и преглед непословних и ванредних прихода и расхода. На крају сваког од ових парцијалних прегледа утврђује се и карактеристична разлика (финансијски резултат).

Веома поједностављени хипотетични пример биланса успеха једног предузећа за одређени период – састављен глобално и парцијално или степенасто – приказујемо овде у табели 2. и 3.²⁰⁾

Табела 2. Биланс успеха предузећа за период I – XII 2015.
(састављен глобално по хоризонтали)

РАСХОДИ		ПРИХОДИ	
1. Пословни расходи	2440	1. Пословни приходи	3100
2. Финансијски расходи	320	2. Финансијски приходи	30
3. Непосл. и ванр. расходи	40	3. Непосл. и ванр. Приходи	70
4. Добитак	400		
Свега:	3200	Свега:	3200

Табела 3. Биланс успеха предузећа за период I – XII 2015.
(састављен парцијално-степенасто по вертикали)

ВРСТЕ ПРИХОДА И РАСХОДА	ИЗНОС
1. Пословни приходи	3100
2. Пословни расходи	2440
3. Пословни добитак (1 – 2)	660
4. Финансијски приходи	30
5. Финансијски расходи	320
6. Губитак из финансирања (4 – 5)	- 290
7. Непословни и ванредни приходи	70
8. Непословни и ванредни расходи	40
9. Непословни и ванредни добитак (7 – 8)	30
10. Укупни приходи (1 + 4 + 7)	3200
11. Укупни расходи (2 + 5 + 8)	2800
12. Укупни добитак (10 – 11) или (3 + 6 + 9)	400

Пословни приходи и расходи се остварују у вези са стварањем и реализацијом производа и услуга (у производњи), односно у вези са набавком и продајом трговачке робе (у трговини). О пословним расходима било је речи пре свега у наслову Трошење производних ресурса и врсте трошкова. Финансијски приходи и расходи остварују се по основу финансијских пласмана, као и обавеза (у облику камата, дивиденди, курсних разлика и сл.). Непословни и ванредни приходи и расходи су они који се не остварују пре-

²⁰⁾ Види, Исто (19), стр. 68.

ма управо наведеним основима. Непословни и ванредни приходи остварују се у више облика, као што су: продајне вредности средстава за рад, продајне вредности предмета рада, продајне вредности средстава заједничке потрошње, продајне суме дугорочних хартија од вредности, државне уплате (дотације, регреси, премије и сл.) и вредности вишкова. Док, непословни и ванредни расходи, најчешће у облику расходоване и отписане књиговодствене вредности појединих елемената капитала.

Добитак у билансу успеха, када се овај саставља глобално по хоризонтали, евидентира се (као задња ставка) на страни расхода. Супротно, губитак се евидентира на страни прихода (као њихов недостајући део).

У стварности, биланс стања и биланс успеха су веома садржајни. Наведене ставке се расчлањују и детаљишу. Уз њих се састављају и додајни извештаји (о новчаним токовима и о променама на капиталу).

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Бонитет предузећа; 2. Економска развијеност предузећа; 3. Економска ефикасност предузећа; 4. Биланс; 5. Биланс стања; 6. Актива; 7. Пасива; 8. Биланс успеха.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Шта најчешће указује на економску развијеност предузећа?
2. Који су најчешћи показатељи величине предузећа?
3. Који су показатељи задужености предузећа?
4. Наведи основне показатеље производне могућности предузећа!
5. Како се сагледава учешће предузећа у међународној подели рада?
6. Које су то три групе показатеља ефикасности предузећа у квантитативном смислу?
7. Помоћу којих пет показатеља се најчешће сагледава ефикасност предузећа у квалитативном смислу?
8. Која су то два основна инструмената сагледавања стања и ефикасности предузећа?
9. Који су то најопштији елементи у билансу стања?
10. По ком принципу се наводе или сврставају елементи у билансу стања предузећа?
11. Који су најопштији елементи у билансу успеха – на страни расхода и на страни прихода?
12. У чему је разлика између биланса успеха састављеног по хоризонтали и биланса успеха састављеног по вертикали?
13. У чему је разлика између биланса успеха састављеног глобално и биланса успеха састављеног парцијално или степенасто?
14. На којој страни (расхода или прихода) се наводи губитак у билансу успеха, а на којој добитак ?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Износи основних ставки у билансу стања су: готовина 200, потраживања 1.000, залихе 900, стална средства 5.000, краткорочне обавезе 500, дугорочне обавезе 1.000 и уплаћени акционарски капитал 5.500. *Састави биланс стања по хоризонтали!*

2. Износи основних ставки у билансу успеха су: пословни расходи 4.000, финансијски расходи 350, непословни и ванредни расходи 150, пословни приходи 4.300, финансијски приходи 320 и непословни и ванредни приходи 100. *Састави биланс успеха у целини; и парцијално, само биланс успеха по основу реализације (и производње) производа и услуга!*

3. Вредност реализације производа и услуга предузећа је: 80.000 на домаћем тржишту и 40.000 на страном. *Израчунај стопу учешћа предузећа у међународној подели рада (тј. на иностраном тржишту)!*

8. Пословно планирање

8.1. Пословни план и основи његовог утврђивања

Пословни план је документ предузећа према коме оно обавља одређене делатности и остварује пословни резултат. Док, пословно планирање чине активности на утврђивању садржаја овог документа. Према времену за које се утврђује, он може бити: основни, оперативни и средњерочни.²¹⁾

Најважнији основи утврђивања годишњег или основног плана једног производног предузећа јесу: остварена производња и реализација, као и пословни резултат у претходној години (1); очекивана тржишна кретања и пројекције у планском периоду (2); властити тржишни напори и активности у том правцу (3); као и расположиви капацитет у току остваривања плана (4).

(1) Остварена производња и реализација, као и пословни резултат у претходној години, први су основ планирања. Пре свега, они указују на искоришћене и неискоришћене пословне могућности и потенцијале, те на величину пословних задатака у наредном периоду. Другим речима, указују на остварење предузећа које у планској години треба поновити и унапредити. Затим, и на динамику производње и реализације током године. Профитабилност појединих врста производа у претходној години упућују на њихово место и значај у плану предузећа за следећу годину.

Овде треба имати у виду и следеће: преузете а неизмирене и непоштене обавезе према купцима из претходног периода, као и већ уговорене обавезе које треба извршити у планском периоду.

(2) Очекивана тржишна кретања и пројекције у планском периоду односе се на кретања понуде и тражње роба на тржишту, чија се производња делом планира у предузећу, као и тржишних цена ових роба. Затим, односе се на динамику привредне активности, тј. на стопу привредног раста. Поред тога, реч је овде и о низу задатака и услова привређивања – посебно о утврђеним економским параметрима који се односе на годину за коју се утврђује пословни план. Најзад, морају се имати у виду и евентуални поремећаји на тржишту који се могу одразити на пословање предузећа (недостатак електричне енергије и других енергената, ограничења увоза и извоза, еколошка ограничења, радикалне системске промене и др.).

(3) Властити тржишни напори и активности предузећа у планском

21) У стварности се често јавља и тзв. бизнис план. Реч је овде о документу који се доставља инвеститору, најчешће банци уз захтев за кредит. Овај план приказује садржај и ефикасност употребе инвестиције. У овом поглављу он није предмет нашег разматрања.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

периоду су неопходни. То су, пре свега: реклама и пропаганда, извесне промене на производима, улазак на нове тржишне сегменте, снижавање продајних цена, побољшавање и унапређење услова продаје и др. Они резултирају у очувању и ширењу тржишта предузећа (тј. његовог учешћа на тржишту).

(4) Капацитет производног предузећа одређују углавном производне могућности расположивих средстава за рад, а нарочито оруђа за рад. Јер, она се у току године не могу битније структурно мењати, као и увећавати. Због тога, представљају стални капитал.

Уопште, производне могућности сваког оруђа за рад појединачно могу се сагледавати по времену, као и по врстама и количинама производа. По времену, тако што се од годишњег календарског фонда часова ($365 \times 24 = 8.760$) одузме време његових неопходних застоја ради прегледа, чишћења, подмазивања, замене ситнијих делова, хлађења и одмора материјала и сл. Док, по врстама и количинама производа, тако што се у времену ефективне експлоатације утврђују (алтернативно) врсте и количине производа које оно одбацује. У пракси, капацитет оруђа за рад утврђује се пре свега у часовима ефективне експлоатације, тј. по времену.

Капацитет једног оруђа за рад може бити декларативан и стваран. Декларативан је онај који се наводи у декларацији и техничкој документацији произвођача овог оруђа. А стваран, онај који се може остварити у предузећу у току пуног радног времена. Између њих не би требало да постоји разлика. Стварни капацитет назива се и расположивим.

Капацитет једне фабрике није збир капацитета појединих оруђа за рад која се користе у тој фабрици у процесу производње. Њега чине производне могућности функционално повезаних оруђа за рад. А у тој повезаности, капацитет једног оруђа за рад може бити ограничавајући фактор експлоатације других оруђа. Тада се оно назива уским грлом производње.

* * * * *

Наведени основи планирања (нарочито 1-3) одређују план продаје, који се у значајној мери јавља као њихов синтетички израз. Садржај овог плана приказујемо на хипотетичном примеру у табели 1.

Табела 1. План продаје и прихода од продаје производа

Ред. бр.	Назив производа	Јед. мере	Продато 2015. године	План продаје за 2016.	Индекс 5 / 4 × 100	Планске продајне цене	План прихода 5 × 7
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Школска клупа	ком.	1000	1050	105	2000	2.100.000
2.	Столица	ком.	5000	5100	102	500	2.550.000
3.	Канцеларијска витрина	ком.	400	420	105	4000	1.600.000
	Укупно:	-	-	-	-	-	6.250.000

Индекси у колони 6 показују планирану динамику продаје. Уједно, показују и намере предузећа да у планском периоду задржи или повећа своје учешће на тржишу. Уз план продаје утврђује се и план прихода од продаје производа. О планским продајним ценама, које се овде користе као инструменти планирања, биће речи у следећем наслову.

8. 2. Инструменти планирања

Инструменти планирања су унапред утврђена обрачунска средства или величине које се користе приликом израчунавања планских задатака односно резултата. Чине део тзв. пратеће планске документације. Могу се поделити на интерне (1) и екстерне (2). Интерни се утврђују у предузећу, а екстерни су величине одређене изван предузећа.

(1) Интерни инструменти планирања јесу: стандарди или параметри ангажовања (а), нормативни утрошака, и ангажовања (б), стандарди утрошка и трошкова (в), као и планске цене (г).

(а) Стандарди ангажовања су присутне количине појединих производних ресурса са којим или на које се рачуна приликом утврђивања годишњег плана. Јављају се као нужности у датим условима. Групу ових стандарда сачињавају: систематизација радних места са годишњим фондом радног времена по раднику; преглед оруђа за рад која се налазе у функцији, са расположивим капацитетом; као и текуће залихе – предмета рада, полупроизвода и готових производа.

Систематизација радних места је документ у коме су по организационим јединицама предузећа утврђене потребе за радницима. Саставља се у облику табеле, где се за свако радно место најпре утврђују: редни број; назив радног места са описом послова; потребан број радника за то радно место; потребна струка, степен стручности, радно искуство, знање језика и друго; као и основа за одређивање цене радне снаге појединачног радника изражена бројем бодова. А одмах затим, за то исто радно место – запослени број радника са стварним одликама у вези струке, степена стручности, радног искуства, знања језика и др. Уз систематизацију радних места сваке године утврђује се и годишњи фонд радног времена појединачног радника, тако што се од календарског фонда времена одузму нерадни дани (током недеље, на име годишњег одмора и празника). Преглед оруђа за рад у функцији са расположивим капацитетом саставља се, исто као и систематизација радних места – по организационим јединицама предузећа. Уз свако оруђе за рад утврђују се: назив оруђа и његов инвентарни број, као и расположиви капацитет у изразу годишњег фонда часова његове експлоатације. О израчунавању расположивог капацитета (на овај начин, у времену) било је речи у претходном наслову.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

Текуће залихе предмета рада обезбеђују континуитет производње. Утврђују се под утицајем више фактора. Међу њима посебно се истичу: динамика и време производње у предузећу, те време испоруке и сигурност набавке на тржишту.

Текуће залихе готових производа неопходне су због континуитета у снабдевању купаца и потрошача. Затим, неопходне су мање-више и због комплетирања испорука из магацина у које се привремено складиште. Утврђују се на основу искуства, у количинама појединих врста производа.

(б) Норматив утрошка чини количина извесног ресурса коју треба утрошити за производњу јединице производа или за одређени број једног производа. Утврђује се за директни материјал и за директни рад. За производна оруђа за рад, утврђује се норматив ангажовања. То су ресурси који се директно односе на одређени производ. Нормативи се израчунавају и одређују најчешће у току пробне производње, као оптималне величине у датим условима. Касније, са повећањем производног искуства и појавом нових сазнања, они се повремено коригују и усавршавају (најчешће смањују). Њихов садржај приказујемо на хипотетичном примеру у табелама 2, 3. и 4.

Табела 2. Норматив материјала за производ: школска клупа

Редни број	Назив материјала	Јединица мере	Потребна количина материјала	
			за јединицу производа	за 100 јединица
1	2	3	4	5
1.	Метална цев	м	10	1.000
2.	Електроде за заваривање	ком.	5	500
3.	Сона киселина	л	0,2	20
4.	Боја за фарбање цеви	кг.	0,3	30
5.	Иверица	м ²	1,2	120
6.	Трака за кантовање	м	5	500
7.	Шрафови	ком.	8	800
8.	Пластични заптивак	ком.	12	1.200

Табела 3. Норматив рада за производ: школска клупа

Редни број	Назив радне операције	Потребна количина рада		
		Број часова рада		Степен квалификације и струка
		за јединицу производа	за 100 јединица	
1	2	3	4	5
1.	Сечење и бушење цеви	0,20	20	КВ металостругар
2.	Заваривање цеви	0,45	45	КВ валилац
3.	Припрема цеви за фарбање	0,15	15	КВ фарбар
4.	Фарбање цеви	0,10	10	КВ Фарбар
5.	Кројење иверице	0,15	15	КВ столар
6.	Кантовање иверице	0,10	10	КВ столар
7.	Монтажа клупе	0,20	20	КВ столар

Табела 4. Норматив коришћења оруђа за рад, за производ: школска клупа

Редни број	Назив машинског захвата	Потребан капацитет оруђа за рад		Врста оруђа за рад
		Број часова коришћења		
		за јединицу производа	за 100 јединица	
1	2	3	4	5
1.	Сечење и бушење цеви	0,20	20	Машински струг
2.	Заваривање цеви	0,45	45	Апарат за заваривање
3.	Припрема цеви за фарбање	0,15	15	Посуда за потапање
4.	Фарбање цеви	0,10	10	Компресор за бојење
5.	Кројење иверице	0,15	15	Столарска машина
6.	Кантовање иверице	0,10	10	Машина за кантовање

(в) Стандарди утрошака представљају процењене количине појединих најзначајнијих ресурса опште намене које треба утрошити у производњи у одређеном периоду. Они се не односе непосредно на одређену врсту производа, него на извесни асортиман и обим производње и реализације, па се утврђују на нивоу појединих организационих јединица или на нивоу предузећа у целини. Такви су, на пример: утрошци угља, нафте, мазута, плина, средстава за чишћење и одржавање, ауто гума, као и канцеларијског материјала. Утврђују се углавном на бази искуства из протеклог периода. Ови стандарди су нужни пре свега ради контроле и рационализације трошења поменутих ресурса.

Стандарди трошкова јесу износи појединих врста (у маси) најзначајнијих новчаних издатака процењени као неизбежни или потребни у предузећу у одређеном временском периоду за дати асортиман и обим производње и реализације. То су издаци за: рекламу и пропаганду, учешће на сајмовима, дневнице за службена путовања, репрезентацију, закупнине, камате, и друго. Утврђују се на бази остварења у протеклом периоду и процене оправданости и условљености у планском периоду.

Ови стандарди представљају баријеру бујања поменутих издатака. Они омогућавају њихову контролу и рационализацију.

(г) Планске цене сачињавају – планске цене готових производа, као и планске цене производних ресурса (предмета рада, радне снаге и средстава за рад). Оне треба да буду утврђене реално. То јест, тако да у планском периоду у што мањој мери одступају од стварних цена.

Планске продајне цене служе за израчунавање планског износа прихода од продаје производа предузећа. Утврђују се, најпре, на бази стварних продајних цена и очекиваних промена на тржишту у планском периоду (односа понуде и тражње и инфлације). Затим, и на бази извесних промена у планском периоду које се односе на поједине врсте производа (као што су изглед, квалитет и функционалност), услове њихове продаје и слично.

Планске набавне цене користе се за израчунавање планираних трошкова предмета рада. Тачније, за оне њихове елементе за које постоје нормативи и стандарди утрошака. Утврђују се углавном на основу њихових стварних износа и очекиваних промена на тржишту у планском периоду.

Планске цене радне снаге служе за израчунавање планског износа трошкова овог ресурса. Не могу бити мање од цена које су договорене у колективном уговору. Имају свој израз у планској вредности бода.

Планске цене средстава за рад утврђују се посредно, путем стопа амортизације. Применом ових стопа израчунава се годишњи износ амортизације. Оне би требало да произилазе из века трајања појединих средстава за рад у економски развијенијим земљама, као и да обезбеде новац у фонду амортизације, у износу који омогућава куповину нових средстава за рад.

(2) Екстерни инструменти планирања за предузеће су дате величине које оно мора уважавати. То су стопе пореза и доприноса, царинске стопе, као и износи издвајања – који су у функцији обезбеђивања средстава за друштвену потрошњу. Затим, то су стопе и износи издвајања за остале намене (осигурање, рад комора и др.). Ови инструменти служе за утврђивање планског износа тзв. расхода са карактером вишка вредности.

8. 3. Основни елементи и садржај годишњег плана

Годишњи пословни план предузећа има три основна елемента: план производње (1), план прихода и расхода (2) и пратећу планску документацију (3). Следи, овде, приказ њиховог садржаја и поступка утврђивања.

(1) План производње утврђује се само по врстама и количинама производа. То је пре свега план пословних задатака. Он има примарни значај. Његово извршење представља основу остваривања плана прихода и расхода, који се јавља пре свега као план пословних резултата.

Код израде годишњег плана производње основни захтев се састоји „... у утврђивању таквог асортимана и обима производње за предстојећу годину који ће омогућити што потпуније и равномерније искоришћење расположивог капацитета ОУР (предузећа – примедба аутора), с једне стране, као и што лакшу и повољнију реализацију онога што буде произведено, с друге стране.“²²⁾ Уважавање тог захтева често води изради две или више његових варијанте. А затим, оцени сваке варијанте појединачно и избору оне која предузећу носи највећи добитак.

Саставља се укупно, за плански период од једне године. Такође, саставља се и по месецима у том периоду. Његов садржај и поступак утврђивања приказујемо на следећој страни у табели 5. и 6.

22) Исто (5), стр. 204.

Табела 5. План производње, укупно за 2016. годину

Ред. бр.	Назив производа	Јед. мере	План продаје	Почетне залихе	Текуће залихе	План произ-водње 4-5+6	Остварено претходне године	Индекс 7/8 × 100
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Школска клупа	ком.	1.050	200	200	1.050	995	105,5
2	Столица	ком.	5.100	600	650	5.150	5.010	102,8
3	Канцеларијска Витрина	ком.	420	40	44	424	400	106,0

Табела 6. План производње по месецима за 2016. годину

Ред. бр.	Назив производа	Јед. мере	Укупно	По месецима током 2016. године											
				I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Школска клупа	ком.	1.050	63	74	84	105	105	105	84	-	157	105	94	74
		%	100	6	7	8	10	10	10	8	-	15	10	9	7
2	Столица	ком.	5.150	309	361	412	515	515	515	412	-	772	515	463	361
		%	100	6	7	8	10	10	10	8	-	15	10	9	7
3	Канцел. витрина	ком.	424	25	30	34	34	52	42	34	21	42	42	38	30
		%	100	6	7	8	8	12	10	8	5	10	10	9	7

Многи подаци у табели 5. утврђени су претходно, и то према следећем: почетне залихе – у пописним листама готових производа на крају претходне године; план продаје – у плану продаје и прихода од продаје производа; текуће залихе – у инструменту (планирања) текуће залихе готових производа; док, остварена производња претходне године – у прегледу и анализи остварених задатака и резултата предузећа у претходној години. План производње (подаци у колони 7 ове табеле) расчлањује се по месецима, као што је то приказано у следећој табели (табели 6), на основу пројекције структуре производње по месецима. Ова пројекција утврђује се на бази искуства, тј. производње у протеклом периоду. Такође, утврђује се и на бази очекиваних промена у производњи у планском периоду, као што су нпр. пуштање у производњу нових производа. И она представља део пратеће планске документације, а односи се на основе планирања.

Планирање производње по месецима представља основу израде оперативних планова. Затим, приликом анализе, омогућава кумулативно сагледавање остваривања плана, нпр. за I-II, I-III, I-IV месец итд.

У задњој колони табеле 5. израчунавају се индекси планског повећања производње појединих роба (у односу на остварење претходне године). То је неопходно да би се могао утврдити допринос предузећа пројективаном привредном расту. Такође, и да би се могла сагледати промена учешћа појединих роба у асортиману производње, односно правац промене производне структуре предузећа.

(2) План прихода и расхода исказује се само вредносно, по врстама ових агрегатних величина. Прво се утврђује план прихода, затим план расхода и, на крају, планирани износ финансијског резултата (тј. добитка). Он проистиче из плана производње. То је, као што смо већ нагласили, план пословног резултата. Саставља се у облику биланса, нпр. као у табели 7.

Као основи утврђивања планираног износа појединих врста прихода и расхода у овој табели (коју видимо на следећој страни) користе се: за приходе од продаје производа – план продаје и прихода од продаје производа; за остале приходе – процена износа осталих прихода у планском периоду; за амортизацију – набавне вредности појединих средстава за рад и стопе амортизације; за трошкове директног материјала и за остале трошкове предмета рада – план утрошака и трошкова директног материјала и осталих предмета рада; за остале материјалне трошкове производње – стандарди трошкова; за трошкове директног рада и за остале трошкове рада – план радне снаге и трошкова рада; за трошкове услуга и остале издатке у процесу рада – стандарди трошкова; као и за издатке са карактером вишка вредности – екстерни инструменти планирања и прописане основице за обрачун.

У задњој колони табеле 7. израчунавају се индекси планираног повећања прихода и расхода (у односу на остварење у претходној години). То је

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

неопходно, као и код плана производње. Упоредивањем планираног износа прихода и оствареног износа у претходној години (пре свега од продаје робе) сагледава се, на основу индекса, допринос предузећа пројектованом привредном расту. Поред тога, анализом индекса прихода и расхода може се доћи и до других сазнања, као што су: промене у структури прихода, промене у структури расхода и промене положаја предузећа на тржишту у смислу повећања или смањивања ефикасности његове производње (односно, способности остваривања профита).

Табела 7. План прихода, расхода и финансијског резултата

Редни број	Врсте прихода и расхода	Износи у динарима		Индекс 4 / 3 × 100
		остварено 2015. године	планирано за 2016. годину	
1	2	3	4	5
	ВРСТЕ ПРИХОДА			
1.	Приходи од продаје робе	5.940.000	6.250.000	105,2
2.	Остали приходи	420.000	450.000	107,1
3.	Укупни приходи: 1 + 2	6.360.000	6.700.000	105,3
	ВРСТЕ РАСХОДА			
4.	Амортизација	640.000	650.000	101,6
5.	Трошкови директног материјала	1.950.000	2.100.000	107,7
6.	Остали трошкови предмета рада	285.000	300.000	105,3
7.	Остали материјални трошкови производње	49.000	50.000	102,0
8.	Материјални трошк. производње: 4 + 5 + 6 + 7	2.924.000	3.100.000	106,0
9.	Трошкови директног рада	1.150.000	1.200.000	104,3
10.	Остали трошкови рада	720.000	750.000	104,2
11.	Трошкови услуга	190.000	200.000	105,3
12.	Остали издаци у процесу рада	550.000	600.000	109,1
13.	Издаци са карактером вишка вредности	245.000	250.000	102,0
14.	Нематеријални тр. производње: 9 + 10 + 11 + 12 + 13	2.855.000	3.000.000	105,1
15.	Укупни расходи: 8 + 14	5.779.000	6.100.000	105,6
16.	БРУТО ФИНАН. РЕЗУЛТАТ: 3 – 15	581.000	600.000	103,3
17.	Порез на добитак	58.100	60.000	103,3
18.	НЕТО ДОБИТАК: 16 – 17	522.900	540.000	103,3

(3) Пратећа планска документација јесте прилог плану производње и плану прихода и расхода. Чине је најпре различите процене, као и инструменти планирања. А затим, парцијални планови који имају одређене функције у вези са планираном производњом, као и са приходима и расходима у којима она резултира. Наводимо је овде као – скуп докумената (који су, у ширем смислу, саставни део годишњег или основног плана).

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

Скуп (списак) пратеће планске документације

Ред. бр.	Група и назив документа
1. 2. 3. 4.	ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ ОДНОСЕ НА ОСНОВЕ ПЛАНИРАЊА Остварени задаци и резултати предузећа у претходној години План продаје и прихода од продаје производа (*) Процена износа осталих прихода (независно од продаје производа) Процена структуре производње по месецима
5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18.	ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ ОДНОСЕ НА ИНСТРУМЕНТЕ ПЛАНИРАЊА Систематизација радних места (са фондом радног времена по раднику) Преглед оруђа за рад у функцији са расположивим капацитетом Текуће залихе готових производа Текуће залихе предмета рада Нормативи утрошака материјала Нормативи утрошака рада Нормативи коришћења оруђа за рад Стандарди утрошака предмета рада Стандарди трошкова Планске продајне цене Планске набавне цене Планска вредност бода Набавне вредности и стопе амортизације средстава за рад Екстерни инструменти планирања са основицама за обрачун
19. 20. 21. 22. 23.	ПАРЦИЈАЛНИ ПЛАНОВИ Расположиви и потребни капацитет за усвојену варијанту плана производње План утрошака и трошкова директног материјала и осталих предмета рада План набавке предмета рада План радне снаге и трошкова рада Биланс радне снаге – преглед потребне и расположиве радне снаге

Наведену документацију потписују носиоци руководеће функције (руководиоци) – сваки од њих, појединачно, документа чија припрема је у његовој надлежности. Поједине документе, ако се припремају тимски, потписују више лица. Тако, они преузимају одговорност за своје учешће и допринос у утврђивању садржаја годишњег плана. Даље у тексту биће речи о документима које смо (у списку) навели као парцијалне планове.

Преглед расположивог и потребног капацитета фабрике (предузећа) – или биланс капацитета – приказујемо у табели 8. Расположиви капацитет (подаци у колони 3) утврђен је документом – преглед оруђа за рад у функцији са расположивим капацитетом. Потребан капацитет за дату варијанту плана производње (подаци у колони 4) израчунава се на следећи начин. Прво се, на основу планираног асортимана и обима производње и норматива

(*) План продаје и прихода од продаје производа наводимо у првој (а не у трећој) групи јер је он у значајној мери синтетички израз основа планирања.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

коришћења оруђа за рад – израчунава потребан капацитет за сваку врсту производа појединачно. А затим, на основу тога, израчунава се и потребан капацитет појединих оруђа за рад, по обрасцу: потребан капацитет једног оруђа за рад = потребан капацитет тог оруђа за рад за производњу планиране количине производа А + потребан капацитет тог оруђа за рад за производњу планиране количине производа Б + ...

Табела 8. Биланс капацитета фабрике (предузећа)
за усвојену варијанту плана производње

Редни број	Врсте оруђа за рад и евиденциони број	Расположиви капацитет у часовима	Потребан капацитет у часовима	Вишак и мањак капацитета 3 – 4
1.	Машински струг, 001	8.000	8.000	-
2.	Машински струг, 002	8.000	10.000	- 2.000
3.	Столарска машина, 003	8.000	7.000	+ 1.000
4.	Машина за кантовање, 004	7.000	7.500	- 500

Функција биланса капацитета је сагледавање и решавање вишкова и мањкова капацитета појединих оруђа за рад, као и утврђивање уских грла производње. Вишкови капацитета могу се елиминисати на различите начине: променом структуре и повећањем обима производње (променом варијанте плана производње), изнајмљивањем оруђа за рад делимично или у целини другим произвођачима, као и продајом. Слично важи и за њихове мањкове. Предузеће их може отклонити мањим инвестицијама, увођењем додајне радне смене код недостајућих оруђа за рад, као и коришћењем производних услуга других произвођача. У случају да не може – капацитет функционално повезаних оруђа за рад одређен је расположивим капацитетом оних оруђа која највише недостају.

План утрошак и трошкова директног материјала и осталих предмета рада, и план њихове набавке – наводимо у табели 9. Заједнички приказ ова два парцијална плана (у истој табели) у функцији је рационализације. Већи број колона и величина у њима је заједнички.

Планирани утрошци (подаци у колони 4) не утврђују се на исти начин за обе групе материјала и предмета рада. За директни материјал утврђују се на следећи начин. Прво се, на основу планираног обима и асортимана производње и норматива утрошак – израчунавају потребни утрошци појединих материјала за сваку врсту производа појединачно. Затим, на основу тога, израчунава се и потребан утрошак сваког материјала посебно, према обрасцу: потребан утрошак једног (одређеног) материјала = потребан утрошак тог материјала за производњу планиране количине производа А + потребан утрошак тог материјала за производњу планиране количине произ-

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

вода Б + ... Потребни утрошци материјала и предмета рада из друге групе утврђују се на основу инструмената планирања под називом – стандарди утрошака предмета рада.

Табела 9. План утрошака и трошкова директног материјала и осталих предмета рада, и План њихове набавке

Ред. бр.	Група и назив предмета рада	Јед. мере	Планирани утрошци	Планске набавне цене	Планирани трошкови 4 × 5	Почетне залихе	Текуће залихе	План набавке 4-7+8
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Дир. материјал: металне цеви	м	15.000	<u>у дин.</u> 40	<u>у 000</u> 600	1.000	1.200	15.200
2.	иверица	м ²	2.200	500	1.100	200	300	2.300
3.	боја, итд.	кг	500	200	100	60	40	480
4.	Укупно: 1 + 2 + 3	-	-	-	1.800	-	-	-
5.	Остали матер. и предмети рада: угаљ	т	50	<u>у дин.</u> 2.000	<u>у 000</u> 100	10	10	50
6.	нафта	л	4.000	40	160	500	440	3.940
7.	детерџент, итд.	кг	100	300	30	5	10	105
8.	Укупно: 5 + 6 + 7	-	-	-	290	-	-	-
9.	Све укупно: 4 + 8	-	-	-	2.090	-	-	-

Планске набавне цене (подаци у колони 5) утврђене су претходно, као посебан инструмент планирања. Исто тако, и текуће залихе наведене у колони 8 (као инструмент планирања под називом – текуће залихе предмета рада). Међутим, почетне залихе (подаци у колони 7) утврђене су пописом на крају претходне године и садржане у пописним листама.

План утрошака и трошкова директног материјала и предмета рада има две основне функције. Прва је сагледавање потребних утрошака предмета рада за планирани асортиман и обим производње. А друга се огледа у израчунавању износа следећих ставки у плану прихода, расхода и финансијског резултата: трошкова директног материјала и осталих трошкова предмета рада. Основна функција плана набавке предмета рада јесте утврђивање количина појединих врста предмета рада које треба набавити у току године. (Он може послужити и као основа конципирања политике набавке.)

План радне снаге и трошкова рада, чију форму и садржај видимо у табели 10, саставља се по организационим јединицама и врстама рада. Приказ поједностављујемо претпоставком да је предузеће јединствена организациона јединица. Сва радна места подељена су у две групе – групу где се утрошци радне снаге нормирају (нормирани рад) и групу где се они не нормирају (остали рад).

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

Табела 10. План радне снаге и трошкова рада

Ред. бр.	Организациона јединица, група и врста радног места	Број радника претходне год.	Планирани број радника	Индекс 4 / 3 × 100	Број бодова по раднику	Укупни број бодова 4 × 6	Годишња планска вред. бода	Планирани трошкови рада 7 × 8
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Нормирани рад: металостругар КВ	1	1	100	11	11	<u>у дин.</u> 23.000	<u>у 000</u> 253
2.	фарбар КВ	1	1	100	11	11	23.000	253
3.	столар КВ, итд.	1	2	200	11	22	23.000	506
4.	Укупно: 1 + 2 + 3	3	4	133,3	-	44	-	1.012
5.	Остали рад: инжењер ВСС	1	1	100	16	16	<u>у дин.</u> 23.000	<u>у 000</u> 368
6.	електричар КВ	1	1	100	12	12	23.000	275
7.	књиговођа, итд.	1	1	100	11	11	23.000	253
8.	Укупно: 5 + 6 + 7	3	3	100	-	39	-	897
9.	Све укупно: 4 + 8	6	7	116,7	-	83	-	1.909

Планирани број радника из прве групе радних места (нормирани рад, подаци у колони 4) утврђује се према следећем. Најпре, на основу планираног асортимана и обима производње и норматива рада израчунавају се (у часовима рада) за сваки производ посебно – потребни утрошци рада појединих врста радника, тј. радника одређене струке и квалификације. Затим, на основу тога, израчунава се потребан утрошак радне снаге сваке врсте радника посебно, за целокупни асортиман и обим производње, према обрасцу: потребан утрошак радне снаге једне врсте радника = потребан утрошак радне снаге те врсте радника за производњу планиране количине производа А + потребан утрошак радне снаге те врсте радника за производњу планиране количине производа Б + ... И најзад, израчунава се потребан број појединих врста радника, према обрасцу: потребан број једне врсте радника = потребан утрошак радне снаге те врсте радника / годишњи фонд радних часова по раднику. Он се утврђује као цео број. На пример, ако је израчунати потребан број једне врсте радника 4,70, врши се његово заокруживање на 5.

Планирани број радника из друге групе радних места (остали рад, подаци у колони 4) утврђује се на основу података у документу под називом – систематизација радних места.

Остали подаци у табели утврђени су претходно, следећим документима: (просечан) број радника у претходној години (подаци у колони 3) – прегледом и анализом остварених задатака и резултата производње у тој години; број бодова по раднику (подаци у колони 6) – систематизацијом радних места; те, годишња планска вредност бода (подаци у колони 8) –

инструментом планирања који носи назив планска вредност бода. У колони 5. израчунавају се индекси планираног броја радника који, на нивоу предузећа, указују на његов допринос планираном повећању броја запослених у привреди једне земље.

План радне снаге и трошкова рада има три основне функције. Прва је сагледавање потребног броја радника за остварење плана производње (и реализације). А друга, утврђивање следећих ставки расхода у плану пословног резултата (наведеног у табели 7): трошкова директног (нормираног) рада и трошкова осталог рада. Трећу функцију смо већ поменули – да путем индекса покаже допринос предузећа планираном повећању броја запослених у привреди током планског периода.

Табела 11. Биланс радне снаге

Редни број	Организациона јединица, група и врста радног места	Планирани број радника	Расположиви број радника	Разлика 3 – 4
1	2	3	4	5
	Нормирани рад:			
1.	металостругар КВ	1	1	-
2.	фарбар КВ	1	1	-
3.	столар КВ, итд.	2	1	+ 1
4.	Укупно: 1 + 2 + 3	4	3	+ 1
	Остали рад:			
5.	инжењер ВСС	1	1	-
6.	електричар КВ	1	1	-
7.	књиговођа, итд.	1	1	-
8.	Укупно: 5 + 6 + 7	3	3	-
9.	Све укупно: 4 + 8	7	6	+ 1

Биланс радне снаге, управо приказан у табели 11, у функцији је утврђивања обима и структуре вишкова и мањкова броја радника у вези са планом производње. Ове вишкове и мањкове треба решити. Предузеће у вези с тим има различите могућности. (Међутим, о њима овде неће бити речи.) Расположиви број радника (подаци у колони 4) утврђује се на основу систематизације радних места.

8. 4. Специфичности планирања у области робног промета

Пословно планирање у области робног промета није у свему исто као у области производње (о коме је управо било речи). Постоје мање-више извесне разлике или специфичности. Приказујемо их према основним питањима која смо овде разматрали. Реч је о разликама у вези: основа утврђивања пословног плана (1), инструмената планирања (2) и основних елемената и садржаја пословног плана (3).

(1) Основи пословног планирања углавном су исти као и у производњи: остварени промет (продаја) у претходној години, очекивана тржишна кретања и пројекције у планском периоду, властити тржишни напори и активности предузећа у планском периоду и расположиви капацитет. Суштина капацитета потпуно је другачија у области робног промета. Он се може сагледавати према расположивој продајној површини, нпр. као остварена вредност продаје на тржишту по 1 m^2 продајне површине. Међутим, то је променљива величина – зависна од положаја предузећа у конкуренцији, од односа стопе раста производног и стопе раста трговачког капитала, од конјунктурних кретања на тржишту и других фактора. Она није тачно одређена као у области производње.

(2) И инструменти планирања у области робног промета могу се поделити као у производњи – на интерне и екстерне, а интерни сврстати у већ поменуте четири групе (стандарди или параметри ангажовања, нормативи утрошака, стандарди утрошака и трошкова и планске цене). Међутим, они у овој области (нарочито интерни инструменти) имају значајно другачију садржину и значај.

Систематизација радних места у оквиру стандарда ангажовања има непромењени садржај и значај. Преглед оруђа за рад са расположивим капацитетом у области робног промета губи значај. Уместо тога, као значајан елемент стандарда ангажовања јавља се преглед објеката са расположивом продајном и складишном површином. Даље, уместо текућих залиха готових производа и текућих залиха предмета рада значајне су вредности залиха трговачке робе (по робним групама), као и текуће залихе и стања осталих обртних средстава.²³⁾

Нормативи утрошака у робном промету губе значај. Изузетак могу бити једино нормативи утрошака амбалаже и слично (у случају да трговина врши паковање и дораду набављене робе за продају).

Стандарди утрошака и стандарди трошкова јављају се и у трговини, углавном са истим значајем.

Планске продајне и планске набавне цене у области робног промета немају значај. Као инструменти планирања, када је реч о ценама, користе се само планске цене радне снаге и планске цене средстава за рад.

Екстерни инструменти планирања имају мање-више исти садржај и значај као и у области производње.

(3) Основни елементи годишњег пословног плана трговинског предузећа јесу: план продаје; план прихода, расхода и финансијског резултата; и, пратећа планска документација.

²³⁾ Реч је овде о залихама горива и мазива, ауто гума и амбалаже. Такође, реч је о стању вредности потраживања од купаца, и о вредности продаје за готово и на кредит.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

План продаје има примарни значај, с обзиром да је продаја основна делатност у области робног промета. Остваривање овог плана услов је остваривања следећег – плана прихода, расхода и финансијског резултата. Утврђује се укупно за плански период од годину дана, као и по месецима.

Његов садржај видимо овде у табелама 12. и 13. Посебно се приказују продаја на мало и продаја на велико. Због ширине робног асортимана, продаја се утврђује по робним групама а не по врстама појединих роба. Ако предузеће има више продајних објеката, онда се продаја приказује и према тим објектима (који се наводе у колони 2 испред облика продаје).

Табела 12. План продаје, укупно за 2016. годину

Ред. бр.	Назив робне групе	Продаја по количини			Продаја по вредности		
		План за 2016.	Остварено 2015.	Индекс 3 / 4	План за 2016.	Остварено 2015.	Индекс 6 / 7
1	2	3	4	5	6	7	8
	<i>Продаја на мало</i>						
1.	Теписи	100	95	105	400	350	114
2.	Итисони	1.000	900	111	1.300	1.200	108
3.	Завесе	3.500	3.000	117	300	320	94
	Свега 1 до 3	-	-	-	2.000	1.870	107
	<i>Продаја на велико</i>						
1.	Теписи	100	50	200	360	200	180
2.	Итисони	420	400	105	500	490	102
3.	Завесе	1.200	1.000	120	110	90	122
	Свега 1 до 3	-	-	-	970	780	124

Табела 13. План продаје по месецима за 2016. годину

Ред. бр.	Назив робне групе	Укупно за 2016.		За I / 2016.		За II / 2016.		...
		по колич.	по вредн.	по кол.	по вред.	по кол.	по вред.	
1	2	3	4	5	6	7	8	...
	<i>Продаја на мало</i>							
1.	Теписи	100	400	9	38	10	40	...
2.	Итисони	1.000	1.300	95	120	110	135	...
3.	Завесе	3.500	300	340	28	360	32	...
	Свега 1 до 3	-	2.000	-	186	-	207	...
	<i>Продаја на велико</i>							
1.	Теписи	100	360	10	37	12	38	...
2.	Итисони	420	500	40	49	45	53	...
3.	Завесе	1.200	110	125	12	120	12	...
	Свега 1 до 3	-	970	-	98	-	103	...

План прихода и расхода трговинског предузећа има садржај као и у области производње (код производног предузећа). Разлика је пре свега у то-

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

ме што се испред амортизације (наведене у табели 7. под редним бројем 4) утврђује набавна вредност трговинске робе. Она је у трговини по свом износу најзначајнија врста расхода.

Пратећа планска документација трговинског предузећа разликује се од оне код производног предузећа. У њој изостаје један број елемената, код других се мање или више мења њихов садржај, а јављају се и нови елементи. Наводимо је овде такође као скуп (списак) докумената.

Скуп (списак) пратеће планске документације

Ред. бр.	Група и назив документа
1. 2. 3. 4.	ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ ОДНОСЕ НА ОСНОВЕ ПЛАНИРАЊА Остварени задаци и резултати предузећа у претходној години Процена износа осталих прихода (независно од продаје робе) Планска структура продаје по месецима Очекивани релативни износи разлике у цени појединих робних група
5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13.	ДОКУМЕНТИ КОЈИ СЕ ОДНОСЕ НА ИНСТРУМЕНТЕ ПЛАНИРАЊА Систематизација радних места (са фондом радног времена по раднику) Преглед објеката са расположивом продајном и складишном површином Текуће залихе трговинске робе (по робним групама) Текуће залихе и стања осталих обртних средстава Стандарди утрошака Стандарди трошкова Планска вредност бода Набавне вредности и стопе амортизације основних средстава Екстерни инструменти планирања са основицама за обрачун
14. 15. 16. 17. 18.	ПАРЦИЈАЛНИ ПЛАНОВИ План разлике у цени План набавке трговинске робе План утрошака и трошкова предмета рада и план њихове набавке План радне снаге и трошкова рада Биланс радне снаге – преглед потребне и расположиве радне снаге

Од нових докумената у том скупу приказујемо само план разлике у цени и план набавке трговачке робе. Садржај осталих и њихов значај углавном је познат. О њима је већ било речи.

План разлике у цени, чији садржај и форму видимо у табели 14 (на следећој страни), у функцији је пре свега остваривања планираног износа финансијског резултата. Јер, управо износ разлике у цени представља извор средстава за накнаду трошкова (робног) промета и добијања профита. Она јесте збир трговачке марже и трговачког рабата. Утврђује се на основу планираних износа продаје, остварених процената разлике у цени у протеклој години, као и очекиваних кретања марже и рабата у планској години.

Овај план указује, још, на значај појединих робних група у асортиману продаје. Примарни значај имају робне групе са којим се може оства-

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

рители највећи износ разлике у цени. Процент разлике у цени упућује на евентуалне промене асортимана продаје, у смислу повећања удела оних робних група код којих је тај процент већи. У политици асортимана продаје значајне су и текуће залихе, односно коефицијенти обрта. Посебно су значајне продаје по каталогу и по узорку. Оне доприносе повећању прихода без присуства залиха у продајном објекту.

Табела 14. План разлике у цени

Ред. Бр.	Назив робне групе	Планирани износ Вредности продаје	Планирани износ Разлике у цени	% 100 × 4 / 3
1	2	3	4	5
	<i>Продаја на мало</i>			
1.	Теписи	400	60	15,0
2.	Итисони	1.300	150	11,5
3.	Завесе	300	35	11,7
	Свега 1 до 3	2.000	245	12,3
	<i>Продаја на велико</i>			
1.	Теписи	360	18	5,0
2.	Итисони	500	25	5,0
3.	Завесе	110	5,5	5,0
	Свега 1 до 3	970	48,5	5,0

План набавке трговинске робе указује на обим и вредност набавке, као значајних услова остваривања плана продаје. Да би се продала, роба се прво мора набавити. Форму и садржај овог плана видимо у табели 15.

Набавка се утврђује према обрасцу: планирана (или стварна) набавка = планирана (или могућа) продаја + планиране залихе – почетне (или стварне) залихе. План набавке се остварује сукцесивно према динамици продаје. Сваки продајни објекат може према овом обрасцу одредити за себе обим и вредност набавке за извештајни оперативни период (недељу или месец дана).

Табела 15. План набавке трговинске робе

Ред. бр.	Назив робне групе	План продаје		Планиране залихе		Почетне залихе		План набавке	
		по кол.	по вред.	по кол.	по вред.	по кол.	по вред.	по кол.	по вред.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Теписи	200	760	20	76	25	97	195	739
2.	Итисони	1.420	1.800	142	180	150	200	1.412	1.780
3.	Завесе	4.700	410	470	41	500	45	4.670	406
-	Свега 1 до 3	-	2.970	-	297	-	342	-	2.925

Односи са добављачима (производним предузећима) не треба да буду стихијни, већ уређени путем годишњих уговора. Они треба да се засни-

вају на остваривању заједничког производа и заједничког прихода. Према томе, неопходан је и план набавке сваке робне групе по добављачима. Највећи део набавке једне робне групе треба да буде уговорен са добављачима на поменутом основу. Тај план ће се извршавати тако што ће се набавка вршити од одређеног скупа добављача. Његовом извршењу доприносиће и чешћи контакти са произвођачима праћени заједничким отклањањем различитих препрека у остваривању уговореног заједничког производа и износа заједничког прихода.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Пословно планирање; 2. Годишњи пословни план; 3. Оперативни пословни план; 4. Средњерочни пословни план; 5. Инструменти планирања; 6. План производње; 7. План прихода и расхода или финансијски план; 8. Пратећа планска документација; 9. Парцијални планови предузећа; 10. План продаје (у трговинском предузећу).

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Који су најважнији основи утврђивања годишњег плана једног предузећа у области производње?
2. Који су најважнији инструменти планирања у производном предузећу?
3. Шта пре свега обухвата годишњи пословни план једног предузећа (који су његови основни елементи)?
4. Који су најважнији парцијални планови производног предузећа и која је њихова појединачна улога?
5. Које су то најважније специфичности пословног планирања у трговинском предузећу (у односу на производно)?

9. Пословно управљање

9.1. Пословне функције, њихови носиоци и противуречности

(1) У пословном процесу присутне су три основне функције: пословно управљање, пословно руковођење и извршавање пословних задатака. Реч је овде о функцијама са аспекта субјеката и њиховог положаја у процесу рада, као и у вези са процесом рада. Управљање се огледа у доношењу одлука о циљевима, задацима или основном пословном плану, као и о условима процеса рада. Такође, и одлука о расподели резултата рада. Руковођењем се организује извршавање одлука управних субјеката или органа. Односно, конкретизују пословни задаци, све до појединих радних места. Конкретизоване задатке по радним местима извршавају радници. Они заједно, у условима техничке поделе рада, извршавају конкретне задатке предузећа, утврђене пословним планом.

(2) Носиоци функције управљања су власници капитала ангажованог у обављању одређене или одређених делатности. А функције руковођења, руководиоци „... од директора до предрадника или референта, на разним степенима сложености задатака ... Функцију руковођења врши, дакле, руководилачко тело, конституисано на принципима овлашћења и одговорности, хијерархије и субординације, а чија конституција прати организациону конституцију извршне функције.“²⁴⁾ Ово тело чине тзв. менаџери. Носиоци извршне функције су радници. Извршавање задатака на радном месту основа је права радника, а њихово неизвршавање основа његове одговорности.

У ширем смислу, и руководиоци су радници, пре свега они са нижим степеном сложености рада и одговорности. То јест, они који не зарађују значајно више од радника. Односно, чије зараде не одступају много навише од потребног износа дохотка за пристојан живот у датом окружењу (при датом степену развоја продуктивности рада). Због знатно већих зарада у односу на производне раднике (извршиоце у пословном процесу), носиоци руководеће функције називају се и радничком аристократијом.

Код најмањих пословних организација или предузећа наведене пословне функције најчешће нису подвојене, већ обједињене. Власник је уједно управљач и руководилац, а не ретко и извршилац. Што је пословна организација већа, то су ове функције све више раздвојене. Оне су највише раздвојене у великим предузећима, која су организована као друштва капитала.

²⁴⁾ Види, *Економска енциклопедија II*, Савремена администрација, Београд, 1984, стр. 465.

Али, и овде има радних места где је радник једним делом извршилац, а другим руководилац. То је, рецимо, случај код предрадника.

Пословни успех предузећа биће већи ако су пословне функције у њему усклађене, тј. непротивуречне. То се може рећи и за привреду у целини. Оне ће бити усклађене ако не постоје изразити сукоби интереса њихових носилаца. А када је реч о привреди, и ако не постоје сукоби интереса предузећа и укупних тј. друштвених интереса.

(3) У стварности је било и има појава неусклађености пословних функција. Јављају се противуречности (односно, негативне појаве или проблеми) које треба превазилазити. Приказујемо их укратко у даљем тексту.

У литератури се понајвише говори о осамостаљивању руководеће функције. Оно се у стварности манифестује на више начина. Односно, јавља се пре свега у следећа три случаја. Прво, у случају остваривања добрих пословних резултата, када носиоци управне функције задовољни тиме олако (без преиспитивања и анализе) доносе своје одлуке. Те одлуке, заправо, припремају носиоци руководеће функције. При томе, настоје да очувају па и побољшају свој материјални положај у процесу рада, нарочито ако се очекује и остварује раст прихода, профита и цена акција. Друго, у случају када руководство делимично преузима право управљања без стицања власништва у предузећу. Реч је овде о појави тражења и добијања пуномоћја ситних акционара да располажу њиховим гласовима приликом доношења одлука на скупштинама акционарског друштва. Делимичним „освајањем“ функције управљања руководиоци су у могућности да у већој мери потенцирају свој материјални положај. И треће, код јавних предузећа, у случају када се у управним одборима делегирају некомпетентни и незаинтересовани људи да утичу на пословни процес. Овде, носиоци руководеће функције остају често препуштени сами себи. Ово резултира у припремању одлука које мање-више противурече интересима власника капитала.

Може се говорити, даље, о осамостаљивању и пренаглашавању извршне функције. У тзв. самоуправном социјализму, радници су, уз извесна ограничења, носиоци и функције управљања. Заједно са носиоцима руководеће функције били су чланови управних органа. Временом, са повећањем сложености процеса рада, они су били све мање у могућности да доносе квалитетне одлуке. Односно, били су све више принуђени да само потврђују решења која су им презентирали носиоци руководеће функције.

Извесног осамостаљивања и пренаглашавања извршне функције има и у плуралистичком друштву. До тога долази када радници траже и намећу одређене услове рада без реалне основе. Пре свега, реч је о прекомерном повећању реалних зарада, изнад мере пораста нивоа продуктивности рада.

Осамостаљивање се јавља и код функције управљања. Оно се огледа углавном у погоршавању материјалног положаја радника у корист власника

капитала. Ради се овде о следећем. Радницима се не повећавају зараде у складу са порастом продуктивности рада. Повећавају се у мањој мери. Због тога долази до опадања учешћа масе зарада у домаћем бруто производу. То резултира у повећању богатства власника капитала, са једне стране, и осиромашивању радника, са друге.

9. 2. Органи пословног управљања

У најмањим и малим предузећима, која су организована као друштва лица, као органи управљања јављају се углавном директор или управник. То су уједно и органи руковођења. Лица на челу тих органа имају личну пословну одговорност за одлуке и за обављање делатности предузећа.

Велика предузећа, организована као друштва капитала односно акционарска друштва, имају другачије органе управљања. Код њих се управљање остварује преко скупштине акционарског друштва, управног, као и надзорног одбора.

Скупштина акционара састаје се углавном једном годишње. Њу чине акционари са правом гласа. Управљачке одлуке се доносе ако имају подршку више од половине гласова. На седницама мање-више не долазе ситни акционари, па је за већину код доношења одлука довољно и мање од половине укупних гласова. Заправо, одлуке доносе акционари који располажу тзв. контролним пакетом акција. Код веома великих предузећа, контролни пакет акција може чинити и власништво од 10% укупног броја акција, па и знатно мање од тога.

Управни одбор има десетак стално ангажованих чланова који у току године, повремено, разматрају пословање предузећа и спровођење пословних задатака. Чланови се бирају на скупштинама акционарског друштва. За свој рад примају новчане накнаде. Затим, добијају накнаде одређених трошкова, а имају и друге принадлежности. Рецимо, у вези са овим органом Paul A. Samuelson истиче следеће. „Стварна улога управног одбора се разликује од једне компаније до друге и од једне привредне гране до друге. Неки чланови управног одбора су у јавности добро познате личности које су изабране само зато да би компанији донело престиж. Други поседују специјално знање и узимају активног учешћа у одлучивању о политици компаније. У целини, било би претерано рећи да већина управних одбора поступају тако да само дају формално покриће одлукама које су већ донели плаћени службеници компаније. Међутим, тачно је да, све док плаћена управа ужива поверење чланова управног одбора, управни одбор обично неће активно интервенисати да би диктирао посебне мере пословне политике.“²⁵⁾

25) Види, Исто (3), стр. 103. и 104.

Надзорни одбор има углавном контролну улогу. Реч је о интерној контроли. Са једне стране, о контроли придржавања управних одлука у пословању. А са друге, о контроли законитости пословања. Утврђене неправилности се презентирају управном одбору и скупштини акционарског друштва, ради превазилажења.

9. 3. Учешће радника у управљању

Радници су данас активни субјекти привредног и друштвеног живота. Као власници радне снаге, они имају низ права,²⁶⁾ међу којима и право учешћа у управљању. То право остварују на нивоу предузећа, где су запослени. Такође, остварују га и на вишем нивоу, тј. на нивоу друштвене заједнице, пре свега приликом конципирања привредног и друштвеног живота. На том, вишем, нивоу они учествују у управљању преко синдиката.

Овде ће, даље, бити речи о учешћу радника у управљању пословним процесом, у оквиру предузећа.

На нивоу предузећа, оно се остварује преко институција које се у јављају под различитим називом, као: раднички савети, раднички одбори, раднички комитети, итд. И сам процес његовог остваривања такође се језички различито изражава. Назива се: економском или индустријском демократијом, радничким саодлучивањем или партиципацијом и слично.

У наведеним институцијама (даље у тексту: раднички одбори) не налазе се сви радници, већ само њихови представници. Према томе, преко ових одбора радници учествују у управљању посредно. Но, њима се повремено подносе извештаји о раду одбора.

Циљ и улогу радничких одбора запослени виде пре свега у следећем: демократизацији односа на радном месту, приближавању радника стварном самоуправљању, заштити интереса радника у конкретним условима, те употпуњавању и појачању механизма колективног преговарања. А послодавци – у хуманизацији односа на радном месту, бржем порасту продуктивности рада и постизању класног мира и међусобне сарадње.²⁷⁾ „Основни смисао индустријске демократије, данас је да се оствари одређена хармонија интереса, да се преко обликовања повољних међуљудских односа створи потребно психолошко поднебље у процесу рада и тиме оживи нови однос према раду, мотивисаност за рад и задовољство радом.“²⁸⁾

26) О скупу права и обавеза која чине суштину или садржај власништва над радном снагом види, на пример: В. Серјевић, Ч. Петровић: *Основи макроекономије*, СКЦ, Ниш, 2010, стр. 146. и 147.

27) Види о томе, *Индустријска демократија у Западној Европи (зборник радова)*, Институт за изучавање радничког покрета, Београд, 1967, стр. 40. и 41.

28) Види, Исто (24), стр. 1132.

Преко радничких одбора запослени у предузећу утичу на решавање проблема економске и социјалне природе.²⁹⁾ На решавање првих утичу више саветодавно. А на решавање других утичу и непосредно, доносећи своје одлуке. На пример, они управљају фабричким ресторанима, организују рекреацију и одмор запослених, као и њихову преквалификацију и доквалификацију. Исто тако, доносе одлуке о спровођењу превентивне здравствене заштите радника, па и њихове заштите на раду.

У земљама где су остварени највећи домети радничког управљања, раднички одбори имају своје представнике у управном и надзорном одбору предузећа. Поред тога, постоје и заједнички органи (комисије и сл.) за решавање појединих конкретних проблема. Често, радници имају и свог вођу смене. Има појава трансформације радника у власнике капитала: путем обавезног пореза на плате, до 5%, обезбеђују се средства за куповину акција које се касније деле радницима. Затим, и појава увођења обавезног пореза на бруто износ профита, такође до 5%, којим се обезбеђују значајна средства о чијој профитабилној употреби у предузећу одлучују пре свега радници. Најзад, треба поменути и идеје о новом саставу скупштине корпорације (коју би могла да чине три већа – где би се налазили представници власника, радника и месних заједница).

Какав је однос синдиката и радничких одбора? Синдикати углавном нису заинтересовани да инкорпорирају у себе радничке одборе – јер би се тиме уплели у пословну проблематику, па би морали да се у значајној мери одрекну од своје политичке и акционе самосталности. Но, има примера где се колективно уговарање врши на нивоу корпорације (у САД, Јапану и неким другим земљама).³⁰⁾ Ту раднички одбори у значајној мери имају својства синдикалних одбора.³¹⁾ У овом случају њихов однос према управним органима корпорације више је супарнички.

Колективно уговарање најчешће није у делокругу рада радничких одбора. Превладава схватање према коме синдикат треба да „... води преговоре на националном нивоу где се решавају најначелније ствари, а органи индустријске демократије преузимају улогу локалног, предузетног фактора који треба да прилагоде опште уговорне одредбе локалним условима и да

29) „Радничка представничка тела учествују у решавању бројних и сложених задатака пословања предузећа. Сви се ти задаци сврставају у три основне групе, па се говори, о трипартитним функцијама радничких комитета – а) социјалне (осигурање, заштита на раду, здравствена служба, помоћ за случај повреде, боловања, смрти и сл.); б) персоналне (подизање радничког подмлатка, школовање, преквалификација и сл.) и в) производно-техничке (организација и рационализација рада, интензивирање производње, уштеда материјала и сл.).

Види, Исто (24), стр. 1132.

30) Такво колективно уговарање најчешће се координира на вишем нивоу, од појединих струковних синдиката и њихових унија.

31) У многим корпорацијама, поред радничких одбора делују и синдикални одбори.

контролишу спровођење општих и локалних споразума.“³²⁾ За синдикалном организацијом радника у предузећу (рецимо, у облику синдикалног одбора), чини се, има обостране потребе, како радника тако и послодаваца. Она би вршила контролу остваривања права радника утврђених општим прописима. Али, са друге стране, иницирала и развијала радничку солидарност, када је реч о ванредној материјалној помоћи радницима у одређеним случајевима.

32) Види, Исто (27), стр. 65.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Пословно управљање; 2. Пословно руковођење; 3. Противуречности основних функција (субјеката) у пословном процесу; 4. Скупштина акционарског друштва; 5. Управни одбор; 6. Надзорни одбор; 7. Менаџери; 8. Раднички одбор; 9. Синдикални одбор; 10. Радничка партиципација (индустријска демократија).

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Које су три основне функције субјеката у пословном процесу?
2. У чему се огледају противуречности (осамостаљивање) појединих пословних функција ?
3. Наведи најчешће органе управљања у акционарским друштвима!
4. Наведи органе управљања у предузећу које има својство друштва лица (у инокосном и ортачком предузећу)!
5. Преко којих органа се остварује учешће радника у управљању – у оквиру пословног процеса, и шире?
6. У чему се пре свега огледа садржај учешћа радника у пословном управљању?
7. Какав је однос радничког и синдикалног одбора у оквиру предузећа, и да ли је синдикални одбор сувишан?

Глава I ПОСЛОВНИ ПРОЦЕС

РЕЗИМЕ

1. Пословни процес је процес обављања делатности пословних субјеката. За нас су, овде, значајна основна питања пословног процеса привредних субјеката. Многа од тих питања карактеристична су и за остале пословне субјекте, ван области привреде.

Основни привредни субјекат је предузеће. У кратком року, тј. у току пословне године, његов мотив је остваривање приноса на расположива средства, најчешће у облику профита. Дугорочне пословне тежње предузећа имају карактер пословних циљева. Основна функција предузећа је обављање одређених делатности (за које се определило и регистровало), на одређени начин, и тиме давања свог доприноса задовољавању извесних потреба људи. Затим, још, обезбеђивање власницима капитала приноса на уложена средства (пошто они неће да их ангажују без накнаде).

2. Посебан значај имају производна предузећа, јер се потребе људи задовољавају пре свега материјалним привредним добрима. На данашњем степену развоја производних снага производи се у друштву и за друштво. Нема производње без обезбеђивања нужних ресурса – капитала, рада и предузетништва. Трошењем капитала и рада стварају се учинци који имају свој природни и вредносни облик (обим производње и обим реализације; односно, бруто и нето приход, те добитак и губитак).

3. Ангажовање, предујмљивање или улагање производних ресурса захтева сагледавање врсте приноса за сваки ресурс, те утврђивање њихове оптималне комбинације. Она се остварује супституцијом појединих ресурса. Суфицитарни ресурси у производњи замењују се делом ресурсима који се јављају као дефицитарни.

Са појавом машинске производње јавља се тенденција повећања техничке и капиталне опремљености рада. Долази до супституције рада капиталом, те повећања продуктивности рада. Продуктивност рада показатељ је производне способности предузећа. А продуктивност капитала, показује број обрта овог ресурса у процесу репродукције предузећа.

Производња је условљена количином расположивих ресурса, као и ефикасношћу њиховог коришћења. Према томе, утврђују се тзв. производне функције предузећа. Помоћу њих могу се израчунавати очекивани износи производње (њене вредности или бруто прихода).

4. Вредност и профит остварују се у кружном току капитала. Већи број обрта, односно краће време обрта, резултира у остваривању већег износа вредности и профита. Укупна (реализована) вредност састоји се из потребне вредности и вишка вредности. Израз потребне вредности су трошкови производње. Њихов износ по јединици производа назива се ценом коштања.

Вишак вредности јесте вредност вишка производа – без кога нема репродукције, али и друштвене потрошње у једној земљи. Његов износ чине следећа три елемента: профит предузећа у области производње, робног и новчаног промета (1), трошкови робног и новчаног промета (2), као и новчани издаци производње и промета који имају карактер вишка вредности (3).

Реализована вредност предузећа остварује се путем продајних цена појединих врста роба.

Основни кружни ток капитала у области промета није исти као у производњи. Постоје значајне специфичности. Такође, постоје разлике између кружног тока трговачког и кружног тока банкарског капитала.

5. Максимирање вредности и профита може се вршити у оквиру датог капацитета и на основу његовог повећања. Односно, са датим ресурсима и уз повећање расположивих ресурса. Увећање капитала врши се путем инвестиција. Акумулација капитала доводи до концентрације производње.

Посебно је важна, овде, тзв. економија обима. То јест, утврђивање оптималног обима производње, обима који обезбеђује највећи износ профита. Затим, линије понуде као и производног вишка предузећа.

6. Реализовање вредности и профита треба да се врши легално, на основу лојалне конкуренције на тржишту. Међутим, може се остваривати и нелегално, стицањем и злоупотребом доминантног (монополистичког) положаја на тржишту. У овом случају, говори се о остваривању монополског профита. Монополска моћ предузећа испољава се на више начина. Потребно је, у стварности, вршити њено откривање и сузбијање; јер ће то резултирати у повећању благостања људи.

7. Периодично, а нарочито на крају године, сагледавају се стање и пословни успех предузећа. Затим, утврђују се бројни појединачни или елементарни показатељи његовог стања и развијености, као и пословног успеха који остварује на тржишту. Сви они, нису интересантни само власницима капитала, него и субјектима који ступају у пословне односе са предузећем. Такође, интересују и субјекте спровођења и остваривања економске политике и друштвено-економског развоја. Два најважнија инструмента сагледавања стања и успеха предузећа јесу биланс стања и биланс успеха. Поред њих, састављају се и додајни књиговодствени извештаји – нарочито, у вези кретања готовине и промена на капиталу. У одређеним случајевима (рецимо, приликом емисије хартија од вредности, као и приватизације јавних предузећа) саставља се и тзв. проспект предузећа.

8. Пословање предузећа и остваривање успеха у изразу добитка не одвија се стихијно, него организовано односно плански. План финансијског резултата и план производње чине основни садржај годишњег пословног плана производног предузећа. Док, код трговинског предузећа, основни садржај годишњег плана чине план финансијског резултата и план продаје трговачке робе (на мало и на велико).

Пословним планом одређују се пословни задаци и услови пословања који ће мобилисати у раду све субјекте предузећа.

9. Са аспекта субјеката, у пословном процесу присутне су три основне функције: пословно управљање, пословно руковођење и извршавање пословних задатака. Носиоци прве су власници капитала, друге руководиоци или тзв. менаџерска структура и треће, радници. Између њих не би требало да постоје противуречности.

Пословно управљање је примарна функција. Оно се огледа у доношењу одлука о циљевима, задацима или основном пословном плану, као и о условима процеса рада. Такође, и одлука о расподели резултата рада. Остварује се преко више органа. Данас су и радници значајан субјекат производње. Њихово учешће у управљању треба да резултира у јачању усклађености поменутих функција и остваривању већег пословног успеха.

Глава II

МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТ ПРОИЗВОДЊЕ

1. Појам, задаци и циљеви маркетинга

(1) У условима развијене друштвене поделе рада потребе људи задовољавају се посредством тржишта. Учинак предузећа у физичком односно природном облику реализује се на тржишту. (Или, пак, по тржишним условима, ако је реч о тзв. интерној реализацији у оквиру предузећа.) Ту је оно изложено пословном ризику. Остварени учинак (врсте и количине произведених производа) може делом или у целини остати нереализован. Поред тога, може бити реализован по ценама које уопште не доносе или не доносе задовољавајући профит. Ризик је мањи уколико је остварена производња више прилагођена захтевима тржишта односно потрошача.

Под условом да нема поремећаја у конкуренцији, производња која доноси најбољи финансијски резултат (мерен профитном стопом) прилагођена је поменутиим захтевима у највећој мери.

У развијеној робној производњи предузеће се мора тржишно понашати. Такво његово понашање, тј. деловање, назива се маркетингом. Буквално, тржиште у енглеском језику је Market, а реч Marketing има значење тржишног деловања.

Маркетингом се назива и наука о тржишном деловању предузећа. Концепт маркетинга у производном предузећу чини полазну основу развоја ове науке када је реч о предузећима у осталим (непроизводним) привредним делатностима. Развој робне производње довео је и до појаве наука које изучавају само поједине сегменте маркетинга. Истичемо, на пример, Економску пропаганду.

(2) Основна функција или задатак маркетинга у производном предузећу јесте да обезбеди продају остварене производње. Јер, без продаје нема прихода и покрива трошкова, нема позитивног финансијског резултата. Она обухвата пре свега следеће:

- дефинисање производа (асортимана) са којима ће предузеће изаћи на тржиште;

- упознавање потенцијалних потрошача и релевантних субјеката на тржишту са тим производима; као и

- њихову дистрибуцију на тржишту.

Када су потребе значајно веће од понуде и тражње за неким производом, као у случају новог производа, предузећу није нужно да чува купце и потрошаче. Није му нужно ни да шири тржиште изнад постојећих потреба. Оно углавном брине о повећању производње, што резултира у приближавању понуде (и тражње) потребама на тржишту.

Међутим, у случају сатурације потреба за неким производом, у оквиру маркетинга намеће се још једна функција. То би, уз наведене, била његова четврта функција или задатак. Реч је о неговању и чувању сопствених купаца и потрошача, и о ширењу тржишта.

(3) Циљеви маркетинга су дугорочне тежње предузећа као тржишног субјекта. Уопште, оно тежи опстанку у робној производњи. При томе, може бити оријентисано на повећање или на задржавање свог учешћа на тржишту (изражено релативно, у проценту).

Предузеће које тежи повећању учешћа на тржишту мора остваривати натпросечни раст бруто прихода, односно раст по стопи вишој од стопе раста домаћег бруто прихода (ДБП). А оно које тежи задржавању учешћа, мора прилагођавати стопу раста укупног прихода стопи привредног раста у земљи. У оба случаја долази до повећања величине предузећа и до његовог развоја, до повећања економије рада.

Једна од могућности повећања учешћа предузећа на тржишту јесте повећање учешћа у производњи и реализацији одређених производа (који чине његов асортиман). Друга могућност је повећање броја његових делатности, односно проширење асортимана производње и реализације. И предузеће које жели да задржи учешће на тржишту, може то остваривати са датим асортиманом или на основу његове промене.

Изузетно, најмање привредне организације, као што су радње и мала породична предузећа, могу тежити задржавању статуса у погледу величине. Али су и оне, да би опстале на тржишту, принуђене да мењају асортиман па и делатности. Такође, морају повећавати техничку опремљеност и продуктивност свог рада. Односно, морају се стално модернизовати.

Дакле, може се закључити да постоје три основна маркетинг циља, за које се предузеће може алтернативно одредити. То су: повећање или задржавање (релативног) учешћа на тржишту, као и задржавање статуса у погледу величине. Осцилације на тржишту повремено приморавају предузећа да мењају већ утврђене маркетинг циљеве.

2. Истраживање тржишта као основа маркетинга

(1) Маркетинг се базира на истраживању тржишта. То је процес прикупљања, оцене и анализе релевантних тржишних информација. У питању

су, овде, све оне информације које се тичу пословања и успешности предузећа на тржишту. Приближавање понуде и тражње реалним потребама, и премашивање, као и нестабилност у области макроекономије – увећавају њихов значај.

Постоје три основне области истраживања тржишта. Прво, област остварених пословних резултата предузећа у претходном периоду. Друго, област тржишне конкуренције. И треће, област тржишних параметара и величина који чине опште претпоставке и услове привређивања предузећа у једној земљи. Област тржишне конкуренције је најсадржајнија и најсложенија. Због тога ће о истраживању ове области, и сврси истраживања, бити речи у посебном (следећем) наслову. Овде, у даљем тексту, приказујемо укратко садржај и сврху истраживања тржишта у првој и трећој области.

(2) Као остварене пословне резултате предузећа у претходном периоду истичемо, пре свега: укупан приход и финансијски резултат (посебно, остварени продајом производа и услуга), као и асортиман и обим производње и реализације. Истраживање тржишта у овој области обухвата и различите аспекте набавке производних ресурса. Сврха истраживања остварених пословних резултата и пословања предузећа у претходном периоду јесте углавном следећа. Најпре, утврђивање учешћа и значаја појединих производа и елемената асортимана у производњи, реализацији и оствареном профиту. Затим, сагледавање услова и начина продаје (цена, наплате и других). Даље, прецизирање тражње за производима предузећа (нарочито, структуре и значаја купаца и потрошача). Када је реч о набавци производних ресурса, истраживање тржишта усмерено је највише на утврђивање структуре и значаја добављача, услове набавке и залихе. Сврха истраживања, поред утврђивања појединих стања, јесте и - сагледавање проблема који су се испољили у претходном периоду, као и могућности њиховог превазилажења ради повећања ефикасности пословања.

(3) Скуп параметара који чине претпоставке или услове привређивања обухвата, пре свега: стопу инфлације и пораст цена основних сировина и енергената (1), зараде радника (2), пореска и друга оптерећења (3), девизни курс (4), увоз и извоз (5), материјалне подстицаје привредницима (6), каматне стопе и могућности кредитирања (7), као и стопу привредног раста (8). Промене ових елемената одражавају се на пословни успех предузећа. Приказујемо их у том смислу укратко.

Већа стопа инфлације у наредном периоду значи погоршавање општих услова привређивања. Посебно је значајно могуће повећање цена основних репроматеријала и енергената који се користе у обављању делатности и остваривању учинка. Прилагођавање предузећа у вези с тим не може се вршити само путем повећања цена његовог аутпута. Неопходни су и додајни напори. Углавном, у правцу економије обима и снижавања трошкова. Али, и

промене асортимана производње, као и промене у области тржишних сегмената; јер, интензивирање производње роба код којих су потребе за њима веће од нивоа понуде и тражње може умањити значај повећања инфлације.

Зараде радника у номиналном износу повећавају се под утицајем пораста општег нивоа цена, као и под утицајем пораста општег нивоа продуктивности рада. (Реално повећање у релативном износу добијамо из односа: % номиналног раста / % повећања општег нивоа цена.) Наговештаји повећања износа зарада у одређеној мери указују на погоршавање услова пословања. У овом случају, у предузећу се предузимају мере као и код повећања стопе инфлације. А поред тога, и напори за повећање економије (текућег) рада, односно за повећање производње по раднику.

Повећање пореза и доприноса – у смислу повећања процената у износу на основице обрачунавања, као и у смислу увођења нових врста фискалних обавеза – значи повећање трошкова друштвене режије и погоршавање услова привређивања. Пре свега, предузећа ове трошкове уграђују у цене својих производа и услуга. Али, то им умањује обим продаје на домаћем тржишту и конкурентну способност на иностраном тржишту. Због тога морају предузимати и различите организационе мере у правцу уштеда и извесне компензације поменутих трошкова.

Значајна промена девизног курса утиче на пословни успех предузећа – и позитивно и негативно. Ако оно остварује део прихода на страном тржишту, девалвација ће резултирати у повећању његових прихода. За остварени девизни приход добиће у интер-валутарној размени на домаћем тржишту више новца. Истовремено, резултираће и у повећању његових расхода, ако у обављању делатности користи ресурсе из увоза. Ревалвација има супротно дејство.

У случају очекивања значајније промене девизног курса пословни субјекти не би требало да буду пасивни. Предузеће мора сагледати њен утицај на властите приходе и расходе. И, на основу тога, утврдити и предузимати мере за извесну компензацију односно поништавање прорачунатих негативних ефеката. За курс који флукутира годишње до $\pm 5\%$ може се рећи да је стабилан и да не утиче значајно на пословни успех предузећа.

Промена односа (обима и вредности) увоза и извоза једне робе мења позицију њених произвођача у једној земљи. Већи увоз може значити предимензионарање понуде и погоршавање положаја произвођача. Повећава се степен неизвесности реализације односно продаје. Они делом губе властите тржишне сегменте. Са друге стране, већи извоз има супротно дејство.

Погоршавање позиције робних произвођача под утицајем већег увоза упућује их да јачају своје конкурентне способности у условима отвореног тржишта. Затим, да се укључују у процес интернационализације капитала и производње. Краткорочно, неопходна је и заједничка акција произвођача у

садејству са државом у правцу стабилизације и боље регулације понуде и тражње на тржишту.

Изостанак уведеног или очекиваног материјалног подстицаја државе произвођачима за одређене производе погоршава њихову позицију на тржишту. У вези с тим, они морају утврдити и предузимати додајне мере за остваривање планираног финансијског резултата. И то, пре свега у правцу повећања обима учинка и снижавања трошкова производње.

Сличан услов привређивања јесте и откуп одређених производа за тзв. материјалне резерве. Откуп је у функцији стабилизације тржишта ових производа. За произвођаче је посебно значајна стабилизација понуде и очувања производње.

Промена каматне стопе у наредном периоду мења позицију предузећа, нарочито ако је у финансирању репродукције у значајној мери зависно од банкарских кредита. Њене промене углавном нису резултат кретања понуде и тражње новца на тржишту.³³⁾ Она би требало да буде у функцији остваривања привредне стабилности. У случају натпросечне динамике привредне активности она се повећава, ради успоравања производње. У супротном, она се смањује како би дошло до повећања производње и запослености.

Код предузећа, повећање каматне стопе може утицати на поскупљење његовог учинка. Или, пак, на погоршавање финансијског резултата. Оно мора да иде у сусрет том повећању, у смислу прилагођавања. То јест, у смислу корекције своје политике финансирања.

Стопа привредног раста у наредном периоду, ако се значајно разликује у односу на претходни, за предузеће може значити промену услова привређивања. Већа стопа побољшава те услове, а мања их погоршава. У случају веће стопе предузеће може очекивати растући принос на ангажоване ресурсе. Односно, може очекивати да ће му гранична продуктивност капитала бити већа од просечне. Такође, и код рада. Док, у случају мање стопе, може очекивати опадајући принос.

Промена овог општег услова привређивања захтева од предузећа утврђивање могућности прилагођавања. Најпре, у вези са обимом учинка и његовом структуром. Такође, у вези са задржавањем и ширењем властитог тржишта односно клијената.

Истраживање тржишта у области макроекономског окружења врши се ради сагледавања промена макроекономских услова привређивања и позиционирања предузећа у вези тих промена. Позиционирање значи утврђивање позиције или положаја предузећа у наредном периоду – под утицајем промене сваког од наведених услова привређивања – у односу на позицију

33) За само мањи део новчане масе каматна стопа одређена је искључиво понудом и тражњом новца. Реч је овде о вишковима резерви банака.

коју већ има, у односу на позиције које ће имати предузећа у другим (неконкурентним) делатностима, као и у односу на позицију привреде у целини у том периоду, у новим условима. Она може бити лошија или боља.

Позиционирање предузећа представља основу за утврђивање мера као и деловања у смислу прилагођавања. Путем прилагођавања избегава се могуће увећање пословног ризика и погоршавање финансијског резултата. Другим речима, обезбеђује се максимирање пословног резултата у новим, очекиваним, макроекономским условима пословања.

3. Конкуренција

(1) Конкуренција је процес надметања или утакмице између учесника на тржишту. Реч је овде о лојалној конкуренцији, тј. о утакмици у оквиру одређених „правила игре“ (законских прописа и добрих пословних обичаја односно трговинских узанси). Конкуренција изван тог оквира је нелојална, па се код њене појаве говори о повредама конкуренције.

Посебан значај има конкуренција између субјеката на страни понуде. Реч је овде пре свега о робним произвођачима. Они се опредељују за одређену производњу слободно. Међутим, њихову судбину одређује тржиште; оно им валоризује, признаје или оспорава, остварени физички учинак (креирану функционалност односно употребна својства производа, те произведену количину), као и његову појединачну прометну вредност (цену). Због тога су принуђени да се руководе тржишним захтевима и да се надмећу између себе. Такође, реч је и о трговинским предузећима. И она се слободно опредељују за одређену трговинску браншу, а тек на тржишту видеће да ли могу да остваре очекивани (робни) промет и финансијски резултат.

Што се тиче конкуренције на страни тражње, између купаца (пре свега на мало), она данас има мањи значај у односу на конкуренцију на страни понуде. На данашњем степену развоја производње и потрошње, потребе људи задовољавају се у значајној и све већој мери. Долази често у различитим областима и до хиперпродукције. Зато, купци углавном нису приморани да се надмећу у куповини једне робе. Они су све више избирљиви. Вишак тражње само краткорочно резултира у повећању цене. На дужи рок, вишак платежно способне тражње доводи до појаве и увећања штедње.

(2) Постоје две основне врсте конкуренције између субјеката на страни понуде: конкуренција између предузећа из различитих делатности, као и конкуренција између предузећа из исте делатности.

Конкуренција између учесника на тржишту који не обављају исту делатност остварује се путем релокације капитала, тј. путем инвестирања у нове и рентабилније делатности. Улазак новог предузећа у одређену делатност заострава тржишну утакмицу у тој делатности. Он погоршава положај

затечених субјеката. Ова врста конкуренције произилази из слободе и самосталности предузећа код одлучивања о акумулацији и инвестицијама. Конкретније, произилази из њиховог права на слободан избор и промену делатности коју или које ће обављати ради остваривања и максимирања профита; из њиховог права на диверзификацију, преорјентацију и развој.

Повећање броја делатности предузећа врши се углавном ради стварања тзв. конгломерата. Извесна предност таквог предузећа очитује се у приближавању просечности и стабилности његовог положаја на тржишту – у погледу односа понуде и тражње. Однос понуде и тражње једне (врсте) робе у савременој производњи углавном варира. Рецимо, бржи пораст производње (од тражње) резултира у појави вишка понуде (увећаних залиха). Тој појави, затим, мора следити успоравање производње ради смањивања залиха и успостављања равнотеже понуде и тражње. Успоравање производње једне робе захтева убрзавање и повећање производње неке друге из производног асортимана, како би динамика укупне производње предузећа била стабилна. То је могуће, тим више, што је асортиман производње предузећа шири.

Међутим, обављање већег броја делатности у предузећу које нису репродукционо односно вертикално повезане, одлика је диверзификације производње. Она је у супротности са њеном специјализацијом која једино, на дужи рок, води расту продуктивности рада. Увећање броја делатности и проширивање асортимана производње довешће привремено до повећања профита предузећа, али ће га то дугорочно сврстати у просечне произвођаче и изгубиће могућност лидерства у производњи. То не важи ако је предузеће једно од највећих, ако има својство олигопола. Јер, висина прихода таквог предузећа омогућава издвајање значајних средстава (у потребном износу) за истраживања и развој производње.

Предузеће које обавља више вертикално повезаних делатности, које заједно чине репродукциону целину, назива се комбинатом. Оно има могућност усклађивања и развоја ових делатности, што је по себи претпоставка веће стабилности пословања на тржишту (на бази већег степена усклађивања понуде и тражње). Комбинат има способност повећавања продуктивности рада, под условом да му висина прихода омогућава издвајање значајног износа средстава за унапређење и развој производње.

Измена делатности предузећа и на основу тога измена његовог асортимана производње односно продаје – један је од пословних циљева. Као што знамо, пословни циљеви су дугорочне тежње предузећа. Дакле, конкуренција о којој је до сада било речи (између предузећа из различитих делатности) углавном је дугорочни процес. Ово не важи у случају предузећа у области трговине.

Конкуренција између учесника на тржишту који обављају исту или исте делатности јесте и дугорочан и краткорочан процес, али више кратко-

рочан. Остварује се пре свега у свакодневном пословном животу. Реч је овде о временском оквиру до једне пословне године.

У конкуренцији између произвођача истог производа користе се пре свега следећа средства. Прво, средства која се односе на најважније особине и својства производа (обим производње, асортиман или избор производа, ширина употребе или функционалност производа, дизајн, квалитет, паковање и амбалажа и др.). Друго, средства која чине услове продаје (рок, начин и место испоруке; уношење и монтажа производа; рачунање трошкова превоза; рок и начин плаћања, и др.). Треће, средства којима се врши упознавање купаца и потрошача са производима (реклама, излагање на сајмовима, промоција производа и демонстрација њихове употребе, продајне изложбе и др.). Четврто, средства којима се изражава брига предузећа о производу и након продаје (гаранција, сервисирање и обезбеђивање резервних делова, замена производа или повраћај новца у случају скривене мане и др.). И пето, средства којима се формира слика предузећа у јавности (публицитет о пословном успеху на тржишту, о бризи за потрошаче, као и о доприносу решавању комуналних проблема и доприносу друштвено-економском развоју).

Цена производа се углавном не користи експлицитно као средство лојане конкуренције. Користи се имплицитно, у условима диференцијације производа, при чему она следи извесне тенденције. Код нових производа, цену одређује највећи и најуспешнији произвођач, остали је неформално прихватају и следе. Са освајањем и повећањем производње она има тенденцију снижавања. Код стандардизоване производње (производа који се производе на нивоу потреба) цена стагнира. Овде има оправдања за договор произвођача о производњи и цени – да би се избегла хиперпродукција, и да би се обезбедио опстанак више произвођача како не би дошло до централизације капитала и концентрације производње.

Произвођачи се на различите начине надмећу и у снижавању трошкова. Најчешће, путем економије обима, замене материјала и енергената, увођења нових средстава за рад, реорганизације, стабилизације пословних односа (на основу закључивања уговора са купцима и добављачима на дужи рок), итд. На тај начин, као и опредељењем за усклађени и одрживи принос на трошкове, остварују – у случају мање-више датих цена – повољнији економски положај на тржишту.

Тржишна конкуренција није само услов опстанка и побољшања економског положаја предузећа. Она води, још, повећању обима понуде и тражње, као и запослености, те благостања људи. Ово се у теорији објашњава помоћу анализе тзв. произвођачког и потрошачког вишка и равнотеже понуде и тражње. На отвореном тржишту, доприноси усвајању међународних стандарда и квалитета у производњи и повећању способности предузећа да реализује своје производе на иностраном тржишту.

(3) Сврха истраживања тржишта у области конкуренције је позиционирање предузећа у вези сваког појединачног средства пословног надметања. И, на основу тога, утврђивање мера и активности које треба да омогуће предузећу опстанак и развој на тржишту. Када је реч о једном средству конкуренције, ако је предузеће инфериорно у односу на конкуренте, његова реакција може бити следећа. Оно може интервенисати у правцу усвајања стандарда и понашања конкурентата. Или, пак, може компензирати негативан ефекат интервенцијом на другој страни, путем интензивирања коришћења другог или других средстава конкуренције. На пример, ако конкуренти код продаје уговарају дужи рок наплате, предузеће углавном мора деловати на исти начин, тј. мора прихватити овај услов продаје. Док, ако неки од конкурентата имају супериорнији дизајн производа који није могуће достићи, предузеће ће овај недостатак компензирати интензивирањем других средстава. Рецимо, у овом случају, продужавањем гарантног рока, повећањем употребних својстава производа (његове функционалности), проширивањем садржаја рекламе и слично.

Предузеће мора да прати и садржај конкуренције на иностраном тржишту. Оно мора да се прилагођава основним стандардима, активностима и тенденцијама конкуренције на глобалном нивоу. Јер, у условима отворене привреде, само тако може да развија и чува своју конкурентну способност. Или, да буде способно за повезивање са иностраним партнерима.

4. Методи истраживања тржишта

Метод истраживања тржишта је начин односно поступак прикупљања и анализе одређене врсте или врста тржишних информација. Има више ових метода, који се временом развијају и усавршавају. Њихово познавање јесте битна претпоставка истраживања тржишта. Наводимо и приказујемо овде укратко оне који су, чини се, најважнији.

(1) У првој области истраживања тржишта – која обухвата пословање и резултате остварене у претходном периоду – користи се пре свега метод прикупљања парцијалних извештаја (од руководиоца основних делова пословног процеса), те њихове анализе и синтезе у јединствени извештај. И сваки парцијални извештај резултат је анализе и синтезе више суб-извештаја. Уз наведени метод, може се користити и прибављање екстерне експертизе, у смислу извештаја о ревизији, контроли, процени и слично.

(2) У области конкуренције користи се већи број метода истраживања. Скуп тих метода је садржајнији и комплекснији него ли скупови метода у остале две области истраживања тржишта. То су углавном следећи методи: метод сагледавања стандарда у вези конкуренције на које указују законски прописи и добри пословни обичаји (1); метод анализе и синтезе (2); ме-

тод размене информација (3); метод редовног заседања и информисања стручног колегијума (4); метод иницирања, прикупљања и оцене примедби и сугестија клијената (5); метод симулације и тестирања (6); метод посматрања, тј. пописивања, снимања и прибављања решења конкурената (7); као и метод испитивања путем анкета, интервјуа и слично (8).

Предузеће мора полазити од захтева и стандарда тжишног пословања на које указују законски прописи и добри пословни обичаји. Јер, многи од њих су значајне претпоставке конкуренције. Њихово сагледавање врши се пре свега читањем законских прописа, трговачких узанси и слично. Усвајање и примена ових стандарда јесте посебан вид тржишног деловања предузећа којим се легализује и јача његова конкурентна способност.

Многе врло значајне информације нису познате, тј. нису садржане у пословној евиденцији. На пример, информације о ценама коштања појединих производа, о њиховој појединачној и заједничкој профитабилности, о кретању и тенденцији појединих величина, као и о структури и односима тих величина. Због тога, они се морају утврдити (израчунати) у поступку анализе и синтезе. Анализа је поступак истраживања од општег ка појединачном. Синтезу одликује супротан поступак истраживања – од појединачног ка општем.

Размена информација врши се углавном између предузећа, са једне стране, и његових добављача и купаца на велико, са друге. Такође, између производних коопераната, па и конкурената приликом заједничког и јавног решавања заједничких питања и проблема. Добијене информације у функцији су пре свега оцене међусобних пословних односа, те конципирања и продужавања тих односа у наредном периоду. Размена информација врши се најчешће у време утврђивања пословних планова, као и уочи њихових измена и допуна. Може се вршити и приликом повременог заседања одговорних лица или мешовитих комисија за пословну сарадњу. Размена информација у међусобним контактима у функцији је и заснивања нових пословних односа између предузећа.

Велики број информација може се добити приликом излагања на редовним заседањима стручног колегијума предузећа. Овакви састанци одражавају се најчешће једном месечно. На њима се сагледава и оцењује остваривање оперативних планова. У вези с тим, истичу се проблеми и истражују могућности и правци њиховог решавања. Често се прави осврт на пословање конкурентских предузећа. Излагања чланова колегијума се заснивају на извештајима, анализама, запажањима и проценама.

Прикупљање примедби и сугестија клијената израз је њиховог уважавања и жеље да се они задрже у будућности. Оно се врши различитим средствима; најчешће, преко књига утисака и примедби, кутија-сандучића за писане поднеске у пословним објектима, плаћених поштанских писама, от-

ворених телефона, итд. Након прикупљања, примедбе и сугестије треба оценити у смислу њихове озбиљности и оправданости.

Метод симулације и тестирања има одлике експерименталног истраживања. До информација се долази на основу извесне обзнане и промоције нових решења и промена у области репродукције. На пример, уводе се нови производи пробне серије, нова паковања и нови начини испоруке, нови облици плаћања, рекламе итд. Ако се покаже да ова решења и промене воде повећању ефикасности пословања и побољшању положаја предузећа у конкуренцији, врши се њихово задржавање.

Посматрање од стране предузећа врши се на терену (пре свега у трговини), као и виртуелно преко електронских мрежа за претраживање информација. Најчешће, предмет овог метода истраживања су робе конкурента на тржишту. Пописују се или снимају цене, истакнути или важећи услови продаје, дизајн производа, његова употребна својства и квалитет, врсте и садржај рекламе итд. Предмет посматрања могу бити, још, поједини елементи процеса репродукције и организациона решења код конкурента. Прикупљене информације путем посматрања користе се за компаративну анализу. Односно, за утврђивање положаја предузећа у конкуренцији.

Методом испитивања контактирају се потенцијални купци и потрошачи. Сврха испитивања је упознавање различитих аспеката њихових потреба у вези одређене или одређених роба. Оно се обично врши путем интервјуа или анкета. Када је реч о купцима на мало, битно је одредити циљну групу и њен репрезентативни узорак. Овај метод истраживања ретко примењује предузеће само. Примењују га, за његов рачун, ангажоване специјализоване тржишне (маркетинг) агенције.

(3) У трећој области истраживања тржишта – области тржишних параметара и њихових очекиваних промена у наредном периоду – истичемо само један метод истраживања. То је метод праћења званичних докумената, извештаја и информација. Најзначајнији документи су декларација или меморандум о економској политици и закон о буџету. Незаобилазне су, још, званичне статистичке публикације. Поред њих, значајни су и различити извештаји и информације у вези остваривања утврђених макро-економских циљева од почетка године, као и прогнозе до краја године. Праћење се врши читањем докумената, слушањем и гледањем релевантних емисија и излагања, прибављањем мишљења стручних институција и аналитичара, и слично.

5. Маркетинг у организационој структури предузећа

Најмања предузећа, као што су друштва лица (инокосна и ортачка друштва), немају организационе јединице. (Она у целини чине једну организациону јединицу.) Предузетник у таквим предузећима обавља углавном све

послове у процесу рада. Он је управљач,³⁴⁾ руководилац (организатор), а најчешће и непосредни извршилац појединих послова. Према томе, он је носилац и маркетинг функција.

Веће привредне организације, као што су друштва капитала, у свом саставу имају више организационих јединица. Оне се најчешће формирају према врстама делатности. На пример, у области индустрије јављају се – производне, производно-услугне (енергетика и одржавање, транспорт и сл.) и тзв. заједничке делатности (набавка и продаја или комерцијала, општи послови, књиговодство и др.). Свака организациона јединица има свог руководиоца-менаџера (директора) и менаџерску структуру коју чине још и нижи руководиоци. Сви они потчињени су менаџеру предузећа (генералном директору, председнику компаније).

У периоду највеће развијености индустрије у нашој земљи до данас (осамдесетих и деведесетих година прошлог века), нису сва предузећа имала посебну организациону јединицу за обављање маркетинг функција. То не значи да се она у пословању нису понашала тржишно и да су због тога била неефикасна. У таквим предузећима носилац маркетинг функција била је менаџерска структура предузећа. Одлуке у вези маркетинга и њихово спровођење разматрани су на седницама колегијума руководиоца односно менаџера. А неопходна средства, утврђивана су у плановима финансијских расхода појединих организационих јединица.

Посебне организационе јединице за маркетинг (познате мање-више као маркетинг службе) које су постојале у не малом броју предузећа, често нису биле носиоци свих маркетинг функција. Пре свега, нису биле носиоци функције дистрибуције производа, јер би тиме биле оптерећене свакодневним проблемима у вези остваривања оперативних планова реализације (продаје). Биле су носиоци истраживања тржишта и осталих маркетинг функција. Када је реч о функцији дефинисања производа и асортимана производње, она није укључивала и физичку креацију производа; ову креацију вршила је посебна организациона јединица (позната често као моделарница).

Организационе јединице за маркетинг формиране су у оквиру тзв. заједничких делатности. Биле су централизоване, односно потчињене менаџеру предузећа (генералном директору) и имале статус као организационе јединице: за пословно планирање, за технолошки развој и инвестиције, или

34) Управљање у процесу рада предузећа врше углавном власници капитала. (У земљама развијене тзв. индустријске демократије укључени су и радници, али у знатно мањој мери.) Код друштва лица оно није одвојено од руковођења. Док, код друштва капитала јесте одвојено, и остварује се преко скупштине и посебног (пословног) одбора. Управљање се своди на доношење најважнијих пословних одлука, као што је утврђивање годишњих планова. Руковођење је усмерено на организацију и обезбеђивање услова за спровођење и остваривање управљачких одлука. Носилац руковођења је менаџерска структура предузећа.

за књиговодство. Повремено, оне су подносиле менаџерском колегијуму извештаје о свом раду, као и анализе учешћа предузећа на тржишту са примедбама и сугестијама или предлозима. Код обављања маркетинг функција прилагођавале су се предвиђеним (планираним) ставкама и износима релевантних трошкова (као што су: реклама и пропаганда, излагање на сајмовима у земљи и иностранству, итд.). Што се тиче броја запослених у овим јединицама, може се рећи да је он био условљен величином предузећа. Рецимо, маркетинг служба предузећа (комбината) са нешто више од четири хиљаде радника, у којој је коаутор овог дела радио осамдесетих година прошлог века, имала је четири радника.

6. Злоупотребе маркетинга

(1) О злоупотребама маркетинга може се говорити, најпре, у случају повреда конкуренције. У економском смислу, повреде конкуренције су активности појединих субјеката које воде стицању повољнијег економског положаја на тржишту мимо тзв. економије рада. Као појаве повреде конкуренције истичемо, пре свега: нелојалну конкуренцију; централизацију капитала и концентрацију производње и промета; гушење конкурената ниским продајним ценама; присвајање тзв потрошачког и произвођачког вишка; као и административна ограничавања конкуренције.

Нелојална конкуренција је, најпре, конкуренција противна етици (вредностима односно судовима у друштву у смислу добра и зла или позитивног и негативног) и моралу тј. добрим пословним обичајима. У једној земљи, пословна етика и добри пословни обичаји су познати. На пример, код нас је утврђен Кодекс пословне етике. У Закону о трговини, када је реч о повреди конкуренције, говори се и о нелојалној конкуренцији. Утврђене су и Опште узансе за промет робом, али се оне примењују у споровима само ако се странке позивају на њих.

Централизација капитала и концентрација производње или промета води смањивању броја учесника на тржишту. Што је њихов број мањи, смањује се и надметање у тржишној утакмици. Ако се у једној држави уместо монополске жели олигополска тржишна структура, одређује се граница концентрације производње и промета (нпр. 20% од укупне производње односно промета). Прекорачење те границе сматра се повредом конкуренције.

Продаја робе по ценама нижим од цене коштања позната је под називом демпинг. Реч је о продаји која доноси додајни профит, али ако је продајна цена робе виша од њених просечних директних трошкова. То јест, ако је виша од њених просечних варијабилних трошкова. О тој цени је већ било речи. Путем демпинга, конкурентима се одузима тржиште. Уствари, доводе се до губитка и ликвидације. Затим, после елиминације конкуренције, следи

порастан цена у предузећу које користи демпинг и остваривање бољег економског положаја мимо економије рада.

Потрошачки вишак је равноправан, у равнотежи, са произвођачким вишком када је успостављена једнакост понуде и тражње. Цена у случају ове једнакости назива се равнотежном у том смислу (у смислу понуде и тражње). Она омогућава не само већи обим производње и реализације једне робе, него и већи обим њене потрошње односно већи ниво корисности и благостања људи као потрошача.

Захватање дела потрошачког вишка врши се путем повећања цене. Већа цена од равнотежне резултира у смањивању обима производње и реализације, као и потрошње – због смањивања тражње. При овом, положај произвођача се не погоршава сразмерно томе, јер они (путем веће цене) захватају део потрошачког вишка. Најчешће, у положају да повећавају цене налазе се највећа предузећа. Но, могу се наћи и мали произвођачи на основу међусобног формалног или неформалног договора. Произвођачи могу повећавати цене својих производа експлицитно (јасно, видљиво), као и на разне начине имплицитно (прикривено).

Са друге стране, захватање дела произвођачког вишка врши се путем снижавања цене испод њеног равнотежног нивоа. Није реч о томе да произвођачи сами снижавају цене. Него, реч је о томе да се на ниже цене приморавају. На пример, једно предузеће као највећи купац може условљавати набавку од других (мањих) предузећа која га снабдевају извесним репроматеријалом – смањивањем цена. Ниже продајне цене, тј. нижа тржишна цена, резултира у смањивању производње и реализације. При таквој цени купац би могао да повећа набавку, али то није могуће због смањења и недостатка производње. Положај купца се није погоршао сразмерно опадању обима јер је захватио део произвођачког вишка. Принудно снижавања цена исто се врши експлицитно, као и имплицитно (рецимо, преко бенефиција у облику рабата и супер рабата).

Административно ограничавање конкуренције јавља се на националном, као и на локалном нивоу. На различите начине, поједини субјекти на тржишту могу се доводити у привилегован или подређен положај. Рецимо, када концесију не добије најбољи учесник на конкурс. Или, када се неједнаким фискалним оптерећењем нарушава јединство тржишта. Фаворизовање појединих делатности често се врши у општем интересу, и тада оно најчешће не представља повреду конкуренције. Али може представљати, ако су му циљеви нејасни и има трајни карактер. Односно, ако се врши по инерцији и после остваривања одређених циљева.

У правном смислу, повреде конкуренције су активности појединих субјеката противне прописима о конкуренцији. Најчешће, регулатива у вези конкуренције није јединствена. На пример, у нашој земљи посебан значај

имају: Закон о заштити конкуренције, Закон о трговини, Закон о заштити потрошача, Кодекс пословне етике и Опште узансе за промет робом.

У Закону о заштити конкуренције као основне области или групе појава повреде конкуренције наводе се: споразуми којима се битно спречава, ограничава или нарушава конкуренција; злоупотребе доминантног положаја; као и концентрација ради стварања и јачања доминантног положаја на тржишту. Док, у Закону о трговини истичу се: нелојална конкуренција; шпекулације; и, ограничавање јединственог тржишта. Закон о заштити потрошача говори пре свега о правима потрошача и обавезама продаваца. Укратко, све одредбе о томе усмерене су у два правца – у правцу заштите потрошача у вези са производом који се купује ради потрошње, као и у правцу њихове заштите у вези са дохотком који троше приликом куповине производа и услуга на тржишту.

(2) Такође, о злоупотребама маркетинга може се говорити у случају развоја тзв. потрошачког друштва. Оно настаје услед ширења тржишта код сатурације потреба. На пример, када су понуда и тражња достигле ниво реалних потреба за неком робом личне потрошње, даље релативно повећање њене производње требало би да прати % повећања броја становника као потрошача. Ако се путем маркетинга врши ширење њеног тржишта изнад поменутих границе, долази до извесних деформација у куповини и потрошњи. Оне, скупа, дају слику поменутог друштва. Пре свега, ово друштво одликује следеће. Прво, презадуженост становништва услед непромишљених и олакшаних куповина.³⁵⁾ Друго, куповина производа ради престижа, а не због стварне потребе и потрошње. Треће, куповина производа познате марке по много вишим ценама, из снобизма. Четврто, бржа замена производа у потрошњи (пре истека века њиховог трајања) под утицајем моде и рекламе – и ако нови производи нису квалитетнији и функционалнији. И пето, расипништво у потрошњи, услед куповине производа у знатно већим количинама од потребних.

Појаве потрошачког друштва негативно се одражавају на производњу, односе људи у друштву и развој. Реч је овде пре свега о следећем. Сировине и енергетски извори се убрзано исцрпљују што угрожава производњу и развој будућих генерација. Долази до повећања загађивања природне и животне средине. Поризводња поскупљује услед прекомерне рекламе и њиховог сталног „савршавања“. Најзад, људи се међусобно отуђују и деле. Чим куповина и поседовање роба служи за обезбеђивање престижа и положаја у друштву, настаје трка за зарадом и стицањем. Мења се систем вредности; све се мање-више валоризује у новцу.

³⁵⁾ На презадуженост не утиче само маркетинг, него и појаве неликвидности и финансијске недисциплине које се у друштву мање-више толеришу.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Маркетинг; 2. Основна функција маркетинга; 3. Циљеви маркетинга; 4. Конкуренција; 5. Истраживање тржишта; 6. Методи истраживања тржишта; 7. Повреде конкуренције; 8. Нелојална конкуренција; 9. Потрошачко друштво.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Које су основне функције и циљеви маркетинга?
2. Наведи основне области истраживања тржишта!
3. Шта обухвата истраживање тржишта у области остварених пословних резултата предузећа у претходном периоду?
4. Шта обухвата истраживање тржишта у области општих претпоставки и услова привређивања у једној земљи?
5. Које су две основне врсте конкуренције према субјектима-учесницима у понуди и тражњи?
6. Које су две основне врсте конкуренције између субјеката на страни понуде?
7. Како се остварује конкуренција између предузећа из различитих делатности?
8. Наведи основна средства конкуренције између произвођача истог производа!
9. Да ли и како се користи цена као средство конкуренције?
10. У чему се огледа значај тржишне конкуренције?
11. Шта је сврха истраживања тржишта у области конкуренције?
12. Који су основни методи истраживања тржишта у области остварених пословних резултата предузећа у протеклом периоду?
13. Који су основни методи истраживања тржишта у области конкуренције?
14. Који су основни методи истраживања тржишта у области тржишних параметара и величина, који чине опште претпоставке и услове привређивања у једној земљи?
15. Како се маркетинг организационо имплантира у предузећу?
16. У која два случаја се говори о злоупотребама маркетинга?
17. Које су основне појаве повреде конкуренције?
18. Шта су повреде конкуренције у правном смислу?
19. Које су одлике и негативне стране тзв. потрошачког друштва?

Глава II
МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТ ПРОИЗВОДЊЕ

РЕЗИМЕ

1. Предузеће остварује свој учинак на тржишту. Оно има пословну самосталност, али и пословну одговорност. Слободно се опредељује за делатности које ће обављати и учинак који ће остваривати. Са друге стране, само сноси одговорност у случају пословног неуспеха.

Пошто му тржиште валоризује учинак, мора се прилагођавати његовим захтевима. Односно, мора у свом пословном процесу деловати тржишно. Основне функције или задаци његовог маркетинга су: избор производа са којима ће изаћи на тржиште; упознавање релевантних субјеката са њима; њихову дистрибуцију; као и чување сопствених клијената, купаца и потрошача, те ширење тржишта (код сатурације потреба). А основни циљеви: повећање или задржавање свог учешћа на тржишту, као и задржавање статуса у погледу величине (у случају најмањих привредних организација).

2. Полазна основа маркетинга је истраживање тржишта. То је процес прикупљања, оцене и анализе релевантних тржишних информација. Постоје три основне области истраживања тржишта. Прво, област остваривања пословних резултата предузећа у протеклом периоду. Друго, област тржишне конкуренције. И треће, област тржишних параметара и величина који чине опште претпоставке и услове привређивања предузећа у једној земљи.

Сврха истраживања тржишта у првој области је утврђивање појединих стања и проблема, те могућности превазилажења негативних појава и проблема. А у трећој области, сагледавање промена макроекономских услова привређивања и позиционирања предузећа у вези са тим. И, даље, утврђивање мера и активности у смислу прилагођавања.

3. Конкуренција је најшира и најсложенија област истраживања тржишта. Сврха истраживања ове области је позиционирање предузећа у вези сваког појединачног средства пословног надметања. И, на основу тога, утврђивања мера и активности које треба да омогуће предузећу опстанак и развој на тржишту.

Предузеће мора да прати и садржај конкуренције на иностраном тржишту. У условима отворене привреде, оно мора да се прилагођава стандардима, активностима и тенденцијама конкуренције на глобалном нивоу.

4. Истраживање тржишта врши се на различите начине, зависно од области истраживања. У првој области – која обухвата пословање и резулта-

те остварене у претходном периоду – користи се пре свега метод прикупљања парцијалних пословних извештаја, те њихове анализе и синтезе у јединствени извештај. Док, у трећој области – области тржишних параметара и њихових очекиваних промена у наредном периоду – метод праћења званичних докумената, извештаја и информација. У области конкуренције користи се већи број метода истраживања. То су, пре свега: метод сагледавања стандарда у вези конкуренције на које указују законски прописи и добри пословни обичаји (1); метод анализе и синтезе (2); метод размене информација (3); метод редовног заседања и информисања стручног колегијума (4); метод иницирања, прикупљања и оцене примедби и сугестија клијената (5); метод симулације и тестирања (6); метод посматрања, тј. пописивања, снимања и прибављања решења конкурената (7); као и метод испитивања путем анкета, интервјуа и слично (8).

5. Организационе јединице које се баве маркетингом постоје углавном у великим предузећима (организованим као друштва капитала). Оне често не врше све маркетинг функције. Углавном, не врше дистрибуцију производа, као и њихову физичку креацију. То је у надлежности других организационих јединица.

Са друге стране, поједине активности маркетинга, повремено или стално, поверавају се пословним субјектима ван предузећа (научним институтима, адвокатским канцеларијама, маркетинг агенцијама и другим).

У малим предузећима, организованим као друштва лица, носиоци маркетинга су њихови директори или управници.

6. Маркетинг у предузећу има и своју негативну страну, која се огледа у његовим злоупотребама. Са једне стране, реч је овде о повредама конкуренције. А са друге, о активностима које воде појави и развоју тзв. потрошачког друштва.

Глава III

ТРЖИШТЕ РОБЕ

1. Тржиште и размена

1. 1. Појам и облици размене и тржишта

(1) Размена је једна од фаза процеса репродукције у условима друштвене поделе рада. Она претходи појединим облицима расподеле. Такође, она је и облик расподеле. Са њом се врши примарна расподела домаћег бруто производа и националног дохотка између робних произвођача и појединих робних делатности.

Затим, размена је процес у коме производи мењају власнике да би дошли у потрошњу. Власник једне робе предаће је другом у власништво ако за њу добије одговарајућу количину новца (приликом купопродаје).

Може се рећи и да је размена облик и начин успостављања веза између робних произвођача. У условима развијене друштвене поделе рада, ако је робни произвођач слободан он ће сам бирати своје добављаче, кооперанте и своје купце међу другим робним произвођачима. При томе, тежиће да их задржи и да са њима развија односе на трајнијој основи. Но, ако није слободан, те везе настају и остварују се кроз дистрибуцију која се успоставља путем плана и директива. Она је, још, облик и начин успостављања веза између робних произвођача, трговине и потрошача.

Размена између купаца и продаваца вршена је најпре на одређеним местима где су се људи највише окупљали. То су били тргови, па је настао појам – тржиште. Он је указивао на место где се обављала размена.

Данас није неопходно присуство продаваца и купаца на одређеном месту да би дошло до размене. Такође, није увек потребно ни присуство робе која се размењује. У том процесу и односу између купаца и продаваца појавили су се разни посредници. Одређену улогу преузела је и држава.

У садашњим условима, тржиште је подручје на коме долази до сучељавања понуде и тражње, при чему се односи и активности субјеката уређују на јединствен начин за цело то подручје. Може се рећи да је то пре свега подручје једне земље. У овој дефиницији тржишта као друштвене појаве, у први план истичу се односи понуде и тражње. Међутим, његову укупну са-

држину чине, још: основни субјекти на страни понуде и тражње (продавци и купци); посредници у размени (трговина, превозници и осигуравајућа друштва, информативно-пропагандне агенције и др.); предмети размене; субјекти који уређују размену, па и учествују у њој (разни државни органи и институције); те, конкретни односи и појаве у размени (обим и асортиман понуде и тражње, цене, услови производње, размене и расподеле и др.).

(2) Размена и тржиште сагледавају се према различитим основима. Одавде проистичу и поједини њихови облици. Најчешће, сагледавају се и анализирају према: предмету, субјекту, месту и простору, развијености и степену организације, као и слободи учесника и развијености конкуренције.

Према предмету, размена може бити појединачна и агрегатна. Појединачна је размена само једне робе, а агрегатна размена целокупне робне масе у једној земљи. По том основу и тржиште има ова два облика. Значајно је и сагледавање размене и тржишта појединих робних група и делатности.

Према субјекту, утврђују се поједини сегменти размене и тржишта. Реч је овде пре свега о размени и тржишту једног предузећа и једног региона. Такође, може се говорити и о размени и тржишту једне организационе јединице предузећа, ако је реч о великом и сложеном предузећу.

Према простору и месту, размена се наводи као интерна и екстерна, те као унутрашња и спољно-трговинска. Интерна се остварује у оквиру, а екстерна изван предузећа. Унутрашња размена врши се унутар једне земље, а спољно-трговинска са иностранством. Према наведеном основу разликују се национално и међународно тржиште.

Према развијености, имамо натуралну и робно-новчану размену. Робно-новчани облик размене је развијенији, јер омогућава превазилажење многих ограничења трампе. Но, и он може имати мањи или већи степен развијености, зависно од односа натуралне и робне производње и степена организације. Према истом основу, имамо неорганизовано, полуорганизовано и организовано тржиште. Најразвијенији облик тржишта је берза.

И према слободи учесника и развијености конкуренције, размена може бити слободна и ограничена. Тржиште се по том основу дели на отворено и затворено. Отворено тржиште одликује слобода увоза и извоза, а затворено значајно одсуство те слободе. Према истом, утврђују се и различити модели тржишно-конкурентне структуре.

1. 2. Роба као предмет размене

Производи добијају карактер робе тек у условима друштвене поделе рада; када произвођачи не производе за себе, него за тржиште. Основна својства једног производа као робе јесу: његова намењеност размени, могућност масовне репродукције, употребна вредност и вредност. Не може се рећи да

је роба само производ који има материјалну садржину. Тачно је да задовољавање материјалних људских потреба има примарни значај. Но, како се оне задовољавају у све већој мери, то у потрошњи и у производњи расте значај различитих услуга. Према томе – роба је сваки производ материјалне или нематеријалне садржине који има наведена својства.

Производ је намењен размени да би се за њега добила против-вредност у новцу, са којим робни произвођач задовољава све своје репродукционе и друге потребе. Међутим, ако би се он некоме поклонили, поменута против-вредност би изостала. С тим би пословање и опстанак робног произвођача били онемогућени.

Могућност масовне репродукције производа значи могућност изједначавања његове понуде и тражње. Производ који се не може масовно репродуковати, јер је дело ручног рада и непоновљиве креације, није роба. Његову продајну цену на тржишту одређују пре свега потребе и платежно способна тражња купаца.

Својство неког производа да служи задовољавању једне или више људских потреба, тј. његову корисност – називамо употребном вредношћу. Она може бити већа или мања, што зависи од следећег. Прво, од важности, од редоследа потребе коју задовољава. Друго, од тога у којој мери је производ прилагођен самој потреби. И треће, од тога у којој мери је ова потреба већ задовољена. Производ без употребне вредности неће нико купити.

У грађанској економској теорији, вредност робе одређена је количном новца која се плаћа код њене куповине. Цена је израз вредности, односно граничне корисности робе. Краткорочно, она зависи пре свега од тражње и корисности. А дугорочно, од трошкова производње.³⁶⁾ Према томе, рецимо, размена две робе у односу $A = 2 B$ врши се зато што је гранична корисност јединице робе А једнака граничној корисности 2 јединице робе Б. Или, у дугом року, зато што су трошкови производње јединице робе А једнаки трошковима производње 2 јединице робе Б.

Приликом економске анализе, дефинишу се два облика вредности робе. То јест, истичу се: индивидуална и тржишна вредност. У грађанској економској теорији, индивидуална вредност једнака је продајној цени, коју представља сума новца којом купац вреднује и плаћа јединицу робе. Тржишна вредност једнака је тржишној цени робе.

Према радној теорији вредности, величину вредности робе одређује живи и опредмећени људски рад који је утрошен за њену производњу. Роба

36) На питање да ли вредност одређују корисност или трошкови производње, А. Маршал каже: „Тако можемо као опште правило закључити: што је краће разматрано раздобље, то већу пажњу морамо поклонити утицају тражње на вредност, а што је дуже раздобље, то ће важнији бити утицај трошкова производње на вредност.“

Alfred Marshall: *Načela ekonomike*, CEKADE, Zagreb, 1987, str. 222.

се најчешће не продаје по вредности, али је вредност основна детерминанта цене (па се често каже да је цена новчани израз вредности робе). Вредност јединице једне робе у новчаном изразу чине два елемента: цена коштања и вишак вредности. Код индивидуалне вредности (ив) реч је о цени коштања индивидуалног произвођача, а код тржишне вредности (тв) о цени коштања просечног произвођача:

$$\text{ив} = \text{цк} + \emptyset \text{ вв};$$

$$\text{тв} = \emptyset \text{ цк} + \emptyset \text{ вв}.$$

Овде су: цк – цена коштања робе индивидуалног, конкретног, произвођача; \emptyset цк – цена коштања ове робе просечног произвођача; \emptyset вв – вишак вредности по јединици робе обрачунат по општој-просечној стопи вишка вредности, тј. просечни износ вишка вредности.

Са повећањем продуктивности рада, у јединици времена остварује се већи учинак тј. већа количина производа. Односно, с друге стране, јединица производа остварује се са мањом количином утрошеног радног времена радника. То резултира у смањењу укупне количине рада (текућег и опредмећеног) утрошеног односно потребног за производњу јединице робе, што може упутити на закључак да постоји тенденција смањивања вредности робе. Међутим, такав закључак је погрешан. У општем случају, постоји тенденција стагнације вредности индустријских роба.

Најпре, ова законитост потврђује се у стварности. Стварне цене роба на тржишту имају тенденцију повећања, и то због мање или веће инфлације. Ако из номиналног износа цена искључимо инфлацију, остаје општи ниво цена у непроменљивом, тј. реалном износу.

Наведена тенденција има и своје теоријско образложење.

Повећање продуктивности рада резултира у смањивању часова текућег рада по јединици робе. Ако се зараде радника не мењају, то резултира и у смањивању трошкова радне снаге а тиме и укупних трошкова производње. Односно, резултира у смањивању вредности и цена. Међутим, зараде радника се повећавају у мери општег-просечног раста продуктивности рада у привреди. Због тога, у општем случају (а услед потирања) имамо стагнацију вредности и цена. Мења се само паритет вредности и цена извесних производа – они код којих је раст продуктивности рада бржи (од просечног) појефтињују, а они код којих је спорији поскупљују.

Као образложење могу се навести и односи размене. Ако је, код свих произвођача, утрошено радно време за производњу робе А 20 часова, а робе Б 10 часова – оне ће се мењати у сразмери 1 : 2, тј. биће А = 2 Б. У случају једнаког пораста продуктивности рада у производњи ових роба, те на основу тога смањивања утрошеног радног времена рецимо за 10%, имамо следеће. Сада оно код робе А износи 18, а код робе Б 9 часова. Али, однос размене

остаје исти ($A = 2B$), што потврђује да цене и вредности (индустријских) роба имају тенденцију стагнације.

1. 3. Теоријски модели тржишта и конкуренције

Према слободи продаваца и купаца и могућности утакмице на страни понуде и на страни тражње – наводе се многи модели тржишта и конкуренције. Међу њима истичемо три основна и најзначајнија модела: модел тржишта слободне или савршене конкуренције, модел монополистичког тржишта и модел тржишта ограничене или несавршене конкуренције. Ови модели служе као претпоставке и оквири у економској анализи. А у стварности, данас се тежи очувању конкуренције учесника на тржишту и стварању услова за остваривање прихода и профита искључиво по основу рада и одређеног учинка.

(1) *Тржиште слободне или савршене конкуренције* има више карактеристика. Као основне наводимо:

1) велики број продаваца и велики број купаца у размени, те њихово незнатно појединачно учешће у укупној понуди односно тражњи;

2) одсуство договора између њих о цени, условима продаје и слично;

3) хомогеност-истоветност производа (робе) код свих произвођача;

4) могућност супституције производа у потрошњи;

5) тржишну цену као дату величину за сваког произвођача;

6) неограничену могућност усељавања и исељавања капитала;

7) информисаност купаца и продаваца о понуди, тражњи и цени;

8) могућност брзог снабдевања робом свих делова тржишта; као и

9) немешање државе у процес репродукције.

Монополско тржиште је супротност управо наведеном. Његове основне карактеристике биле би:

1) само један продавац или купац у размени; односно, више продаваца или купаца, од којих један има доминантно учешће у понуди или тражњи; односно, велики број продаваца или купаца који споразумно регулишу размену на тржишту;

2) немогућност супституције производа у потрошњи;

3) индивидуално утврђивање понуде или тражње, односно цене; и,

4) ограничена могућност усељавања капитала.

А тржиште ограничене или несавршене конкуренције, одликује:

1) мањи број продаваца или купаца, тј. доминација олигопола на страни понуде или олигопсона на страни тражње;

2) диференцираност производа;

3) цена која се најчешће усклађује и није средство конкуренције; те,

4) одређени утицај државе на ток репродукције.

(2) Тржиште слободне, савршене, конкуренције не постоји у стварности. Њему најближе по карактеристикама било је тржиште тзв. либералног капитализма. Ова врста тржишта у савременим условима није пожељна. Са његовом глорификацијом не уважавају се објективне нужности, као што су: улога државе у конципирању робне производње и друштвено-економског развоја, концентрација капитала и производње, повезивање привредних субјеката и друге. Значај овог тржишта огледа се у томе што служи као полазни теоријски модел у економској анализи.

Немешање државе у привредни живот једна је од основних одредница либералног капитализма, односно теоријског схватања слободног приватног предузетништва. У либералном капитализму продавци и купци су, као економски субјекти, потпуно слободни у свом избору, при чему се оријентису према ценама. Оне упућују произвођаче шта, колико и за кога треба производити да би максимизирали профит. Такође, упућују купце на количине и врсте производа с којима уз дате цене и расположиви доходак могу максимизирати корисност (тј. у највећој мери задовољити своје потребе). При томе, држава треба само да ограничава и сузбија преваре и насиља и да доприноси поштовању уговора. Остало решава конкуренција, тако што приморава сваког субјекта да води рачуна и о интересима других. На пример, робни произвођач неће испоручивати купцима неквалитетне производе јер ће се они определити за производе супарника. Или, неће исплаћивати радницима ниже зараде зато што могу потражити запослење код других послодаваца. С. Х. Сличтер указује на недоследност теорије слободног предузетништва, њену мањкавост и потребу државне интервенције.³⁷⁾ По њему, ова теорија је „... смишљена пре више стотина година ради оправдања захтева пословних људи да се напусте несносна законска ограничења.“³⁸⁾ Он каже: „... резонирање којим се жели доказати како држава не треба да интервенише у корист најамних радника и потрошача, може се употребити и за доказ како нису потребни закони да би штитили пословне људе од преваре или раскида уговорне обавезе. Неће ли купац који одбије да плати своје рачуне, убрзо искусити тешкоће да нађе трговце који ће му продавати, и неће ли предузеће, које је самовољно прекинуло уговор, наићи на друга предузећа која с њим не желе имати посла? Није ли помоћ судова у тим питањима једнако сувишна као и закони који штите раднике од опасних стројева или потрошаче од патворене робе?“³⁹⁾ Каже, још: „... да у систему слободног предузетништва добра теже

37) Овај економиста био је дугогодишњи професор економије на Харвардском универзитету, а познат је пре свега по изузетно успешном економском предвиђању „... од 1930. до своје смрти поткрај 1950-их година ...“

Види, Paul A. Samuelson: *Економска читанка*, NZMH, Zagreb, 1975, str. 148.

38) Исто, стр. 46.

39) Исто.

да се нађу у рукама оних који за њих понуде најбољу цену. Али, како онда она могу бити потрошена на начин који даје максимум задовољства? Јесу ли људи који су вољни и способни платити за добра највише уједно и они којима њихова потрошња пружа највеће задовољство?“⁴⁰⁾ Такође, наводи да „ ... непостојање државне интервенције често доводи до монопола. ... Доиста, било би чудно код пословних људи, уживајући слободу да раде шта хоће, не би често смишљали како да народ експлоатирају, уместо да конкурирају у служењу народу.“⁴¹⁾ С друге стране, код тзв. мрежастих индустрија „ ... чини се прилично сигурно да је монопол економичнији од конкуренције.“⁴²⁾ Према наведеном, државна интервенција у области размене и тржишта је нужна. Она овде мора бити у функцији – заштите интереса свих субјеката, јачања конкуренције, као и регулисања монопола.

1. 4. Динамика привредне активности и конјунктура

(1) Понуда и тражња мењају се у времену не само квантитативно, него и квалитативно. Те промене утичу на положај и очекивања тржишних субјеката. Односно, одражавају се на њихове даље активности.

Квантитативне промене понуде и тражње огледају се у повећању или смањењу њиховог обима. Такође, огледају се у промени износа домаћег бруто производа (ДБП). Импулси привредног раста (тј. раста ДБП) у крајњој линији су – повећање броја (укупног и радно способног) становништва, као и повећање продуктивности рада. То су, у ствари, реалне основе пораста потреба, чије кретање одређује динамику понуде и тражње.

Привредну активност одликују појаве низа осцилација или колебања. У једном периоду она почиње да стагнира и опада, да би у другом имала раст. Привредни циклус чине две узастопне фазе у кретању привредне активности – фаза опадања, са којом он почиње, и фаза раста, која траје до нове фазе опадања.

Конкретна фаза привредног циклуса сагледава се данас на основу кретања привредне активности у најмање два узастопна годишња квартала. Тако, уколико домаћи бруто производ опада дуже од шест месеца (у односу на исти период у протеклој години), говори се о привредној рецесији или кризи. (Рецесија је блажи, а криза тежи и израженији облик ове фазе привредног циклуса.)

Рецесија односно криза као облик опадања привредне активности има више одлика. Пре свега, овде истичемо следеће: мање наруцбине, увећање залихе роба, потешкоће у наплати потраживања, теже долажење до новца

40) Исто, стр. 43.

41) Исто, стр. 47.

42) Исто.

на тржишту зајмовног капитала, смањивање цена, пад профита и цена акција, смањивање производње и запослености, смањивање зарада запослених, повећање банкротстава, иновације и рационализацију производње, као и умањену инвестициону активност привредних субјеката. С друге стране, скуп одлика раста привредне активности чине: повећање наруџбина и производње, нормализација и стабилизација залиха и цена роба, повећање запослености и зарада радника, повећање профита и цена акција, лакше долажење до новца односно кредита, као и повећање инвестиционе активности привредних субјеката.

Опадање привредне активности не почиње истовремено у свим делатностима. Односно, код производње свих роба. (То важи и за фазу раста.) Код неких почиње раније. Међу њима се често наводе: капитална добра, грађевинарство, трајна потрошна добра, кредитно задуживање, итд.

У низу привредних циклуса остварује се раст ДБП. Код појединачних циклуса раст често доводи до премашивања износа ДБП на почетку пада. Или, пак, фаза раста траје дуже него ли фаза рецесије.

Сваки раст привредне активности није истог квалитета. То јест, нема исти значај за друштвено-економски развој. У вези с тим, указује се на различите врсте раста. Говори се, тако, о: минималном и уравнотеженом, интензивном и екстензивном, одрживом привредном расту, и сл.⁴³⁾

Квалитативне промене понуде и тражње огледају се у низу промена, као што су: промене асортимана и структуре производње, развој средстава за рад, развој и промене у области сировина и енергената, повећање ефикасности производње, развој метода и средстава продаје, промене у области потрошње (моде, структуре потрошње, појава нових потреба), измене прописа, итд. Ове промене могу се одражавати на привредни раст и позитивно и негативно. Превазилажење противуречности, као и уравнотежавање понуде и тражње, у функцији су раста.

(2) Све субјекте углавном интересује раст привредне активности. У вези с тим, говори се о конјунктури. Према М. Вујаклији, она значи „изглед на повољну понуду и тражњу робе...“ Односно, „стицај zgodних прилика“ на тржишту.⁴⁴⁾ Држава је данас надлежна да поспешује привредну активност, тј. да ствара конјунктуру или повољну пословну климу.

У том циљу, путем анкета, траже се мишљења предузећа о очекиваним тенденцијама њихових активности на тржишту. На основу тога, сагледава се општа економска ситуација или стање послова у посматраном периоду. Према овом сазнању, као и према циљевима друштвено-економског раз-

43) Види нпр. о томе, Исто (26), стр. 27. и 28.

44) Види, Исто (4), стр. 452.

О конјунктури се суштински говори и у Економској енциклопедији, I и II (у издању Савремене администрације, Београд, 1984).

воја, утврђују се и предузимају одговарајуће мере.

Конјунктура је значајна и за поједина предузећа. Њено познавање доприноси смањењу пословног ризика предузећа; пре свега, јер ће оно у свом пословању као претпоставку узимати и реалне опште економске токове. Такође, омогућава му благовремено предузимање мера у правцу повећања конкурентне способности.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Размена; 2. Тржиште; 3. Роба; 4. Употребна вредност робе; 5. Вредност робе; 6. Индивидуална вредност робе; 7. Тржишна вредност робе; 8. Модели тржишта и конкуренције, тржишна структура; 9. Привредни циклус; 10. Фазе привредног циклуса: рецесија или криза, раст; 11. Привредни раст; 12. Конјунктура.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Када се јављају размена и тржиште, и која је њихова сврха?
2. Који су основни облици размене и тржишта?
3. Која су основна својства робе као предмета размене?
4. Од чега зависи величина употребне вредности робе?
5. Шта одређује вредност робе према теорији корисности, а шта према теорији радне вредности?
6. Какву тенденцију имају вредности индустријских роба?
7. Које су основне карактеристике тржишта слободне конкуренције?
8. Које су основне карактеристике монополског тржишта?
9. Шта одликује тржиште ограничене конкуренције?
10. У чему треба да се огледа улога државе на тржишту према схватању тзв. либералног капитализма?
11. Да ли је у стварности (једне земље) могуће имати тржиште слободне конкуренције, и зашто?
12. У чему се огледају квантитативне промене понуде и тражње односно привредне активности?
13. Које су то две основне фазе привредног циклуса, и како се утврђује конкретна фаза?
14. Које су основне одлике рецесије и кризе?
15. Које су основне одлике, као и облици раста?
16. Да ли једна фаза привредног циклуса почиње истовремено у свим делатностима?
17. У чему се огледају квалитативне промене понуде и тражње?
18. На основу чега се сагледава да ли на тржишту у једној земљи постоји конјунктура?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Робу А произде три произвођача. Њихов појединачни обим производње и индивидуалне вредности су следећи: код првог произвођача – 100 тона и 20 динара; код другог произвођача – 200 тона и 15 динара; и, код трећег произвођача – 400 тона и 10 динара. *Израчунај тржишну вредност робе А!*

2. Продуктивност рада у производњи робе А повећана је за 5%, док је код робе Б остала на истом нивоу. *Каква ће бити тенденција вредности и цене робе А – у случају да нема инфлације и утицаја других фактора – ако је истовремено повећање нивоа продуктивности рада у привреди било 2%?*

3. У једној земљи, индекси кретања ДБП по кварталима 2010. године износили су: 90 у првом, 99 у другом, 103 у трећем и 98 у четвртном (рачуна-то у односу на исти период у 2009. години). *О којим фазама привредног ци-клуса се може говорити у овом случају?*

2. Понуда и тражња

2. 1. Појам, односи и кретање понуде и тражње

(1) Понуда једне робе на тржишту (П) јесте количина те робе коју продајци у одређеном периоду (нпр. у току године) нуде на продају по својим продајним ценама. Условљена је пре свега производњом.

Расположиву количину робе у продаји (код произвођача и у трговини) у датом моменту називамо залихама (З). Њихово стално присуство је неопходно због обезбеђивања континуитета потрошње. Могу бити нормалне (НЗ), тј. устаљене у односу на обим производње. На пример, у износу 1/10 годишњег обима. Такође, могу бити увећане (УЗ) или смањене (СЗ). Напомињемо, да однос обима производње и залиха није исти код свих роба из објективних разлога.

Тражња робе сагледава се као ефективна или реализована. И то, по обиму и по вредности. Реч је овде о количини робе коју су купци купили у одређеном периоду по текућим продајним ценама продаваца (наводимо је као обим ефективне тражње, $ET = p_1 \times k_1$). Такође, реч је и о суми новца коју су потрошили у том периоду за куповину ове робе (наводимо је као вредност ефективне тражње, вредност $ET = p_1 \times k_1 \times c_1$).

Поред ефективне или реализоване тражње у наведеном смислу, наводи се као категорија и платежно способна тражња (ПСТ). Када је реч о једној роби, она се дефинише као сума новца намењена за куповину те робе у одређеном периоду. У том периоду она може бити наменски искоришћена у целини или делимично.

(2) На тржишту једне робе у сваком моменту могу постојати алтернативно: вишак понуде, вишак тражње, вишак понуде и вишак тражње, као и једнакост понуде и тражње. Ова стања односа понуде и тражње имају своје манифестације и изразе. Према њима се она препознају и утврђују у економској стварности једне земље.

Вишак понуде имамо ако су залихе увећане (изнад нормалних). Ово стање изазива следеће реакције: смањење производње, као и смањење цене.

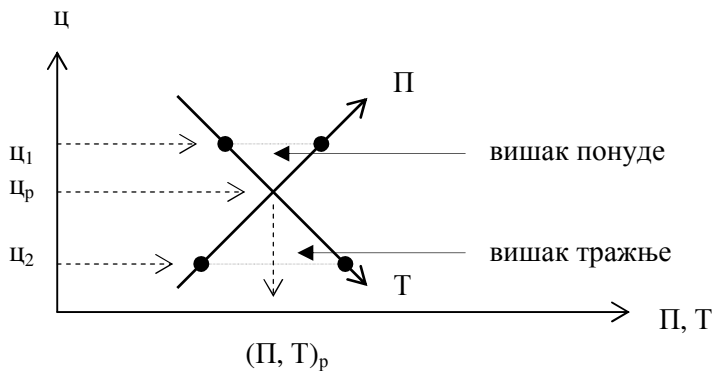
Вишак тражње имамо, пак, ако су залихе умањене. Запажају се на тржишту празни рафови у продавницама и магацинима, редови за куповину робе, спискови за набавку и др. Затим, вишак тражње имамо и ако је платежно способна тражња већа од вредности ефективне тражње. Стање вишка тражње изазива појачану конкуренцију код купаца, што резултира у повећању цене. Такође, утиче на повећање напора произвођача и остваривање већег, додајног, обима производње.

Вишак понуде и вишак тражње могу се јавити истовремено. Препознаје се по увећаним залихама и по позитивној разлици између платежно способне тражње и вредности ефективне тражње. Продаја се остварује по вишим ценама. Основни узрок овог стања јесте неприлагођеност употребних својстава робе захтевима тржишта. Да би се отклонило, неопходне су промене у асортиману производње.

Једнакост или равнотежа понуде и тражње једне робе постоји ако у њене залихе устаљене односно нормалне, као и ако је вредност ефективне тражње приближно једнака платежно способној тражњи.

На неједнакост понуде и тражње утичу бројни фактори. Међу њима истичемо: вишак или недостатак производње, неприлагођеност производње захтевима тржишта, вишак или недостатак увоза и извоза, вишак или недостатак платежно способне тражње, неадекватне цене (диспаритет цена), као и психолошке моменте. Појединачни значај ових и других фактора у датом моменту је различит.

Једнакост понуде и тражње једне робе у датом моменту (односно, у врло кратком року) и њену цену – а под претпоставком њихове јединичне ценовне еластичности ⁴⁵⁾ – приказујемо и графички, на слици 1.



Слика 1.

Цена која одговара једнакости понуде и тражње, која их омогућава (c_p), назива се равнотежном тржишном ценом у односу на понуду и тражњу. При вишој цени (од равнотежне) јавља се вишак понуде: $(\Pi - T) > 0$. А при нижој цени, мањак понуде $(T - \Pi) > 0$. С друге стране, при вишој цени тражња ће бити мања, док ће при нижој цени бити већа.

(3) О кретању понуде и тражње треба говорити, посебно – у случају одсуства дугорочних тенденција цена (инфлације) и домаћег бруто произво-

⁴⁵⁾ Јединично еластичну понуду и тражњу имамо када се понуда и тражња, с једне стране, и цена са друге – мењају у истој мери (проценту).

да (ДБП), као и у случају присуства ових тенденција. Другим речима, у случају кратког и у случају дужег рока. Најчешће, у економској анализи рок до једне године сматра се кратким, а преко једне године дужим.

У овој анализи имамо у виду понуду и тражњу робе личне потрошње. Такође, занемарујемо утицај спољне трговине. То јест, утицај извоза и увоза на понуду и тражњу робе.

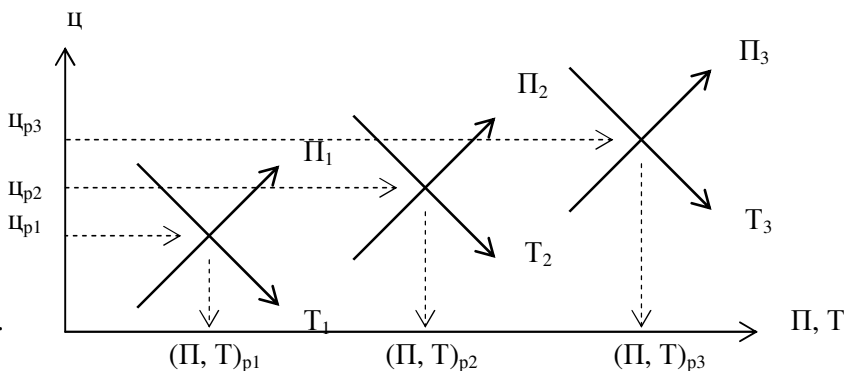
(а) Током једне године, понуда робе углавном је одређена датим производним могућностима (инсталираним капацитетима), а тражња расположивим дохотком. Цена је у извесној мери флексибилна, као што су то, с друге стране, понуда и тражња. Изједначавање понуде и тражње врши се под утицајем њихових појединачних промена, као и под утицајем извесне промене цене. Ако је дошло до повећања понуде, равнотежа (са ефективном тражњом) се може остварити успоравањем производње, али и извесним снижавањем цене. Док, ако је повећана платежно-способна тражња, могућности остваривања равнотеже (понуде и ефективне тражње) су – убрзање производње, али и извесно повећање цене. Са друге стране, смањење понуде води повећању цене, а смањење платежно-способне тражње паду цене.

Успостављање равнотеже могуће је и са датом (непроменљивом) ценом. Ако се повећа производња, и по том основу у одређеној мери доходак (платежно-способна тражња), може доћи до нове равнотеже понуде и ефективне тражње (на вишем нивоу, тј. обиму) и без промене цене. Такође, и ако претходно повећање дохотка прати одређено повећање производње. У случају мале и контролисане инфлације (до 5% годишње, што је основа значајне стабилности цена и претпоставка економије рада у области привреде) може се очекивати раст понуде и тражње. Овде би се њихова равнотежа остваривала на вишем нивоу обима уз раст цене.

Питање је овде која величина треба да се користи као импулс (покретач) повећања односно раста. У потрошачком друштву тежиште је на дохотку. Проблем је што произвођачи у стварности на повећање платежно-способне тражње више реагују повећањем цене него ли повећањем производње, па долази до инфлације. Објективно, према томе, тежиште мора бити на повећању производње. Јер, само то представља реалну основу повећања обима расподеле, па и тражње када је реч о једној роби. Раст платежно-способне тражње треба да произилази из раста обима производње. Рецимо, у случају личне потрошње, зараде као израз платежно-способне тражње за добрима личне потрошње треба да расту у мери повећања производње, тачније продуктивности рада.

(б) У дужем року, кретање понуде и тражње мора се посматрати још под претпоставком инфлације и привредног раста. Понуда робе и њена ефективна тражња имају тенденцију повећања. При томе, номинални доходак односно платежно-способна тражња расте брже због инфлације. Тако, са

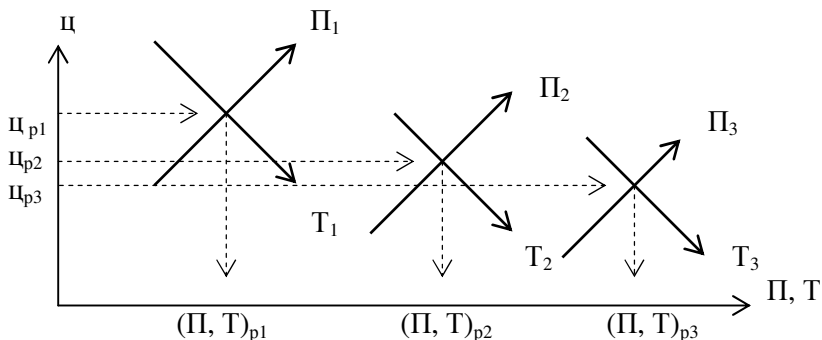
растом обима понуде и тражње имамо и раст цене. Приказујемо ово кретање и графички, на слици 2.⁴⁶⁾



Слика 2.

У стварности, обим понуде не расте равномерно, истим интензитетом. То важи и за платежно-способну тражњу, те за обим ефективне тражње. Присутне су њихове сталне осцилације, али је општа тенденција (тренд) следећа: равнотежа понуде и тражње једне робе успоставља се на све већем нивоу обима и уз све виши ниво цене.

На следећој слици, слици 3, приказујемо још један могући процес успостављања равнотеже понуде и тражње робе. То је процес где цена робе има тенденцију опадања.



Слика 3.

Смањивање цене карактеристично је за нове производе. Са натпросечним повећањем њихове производње, као и значајним смањивањем трошкова, цена и номинално пада. Пад цене престаје када се обим производње

⁴⁶⁾ На апсцици (водоравној координати) у овој и следећој слици приказано је имплицитно и време. У том времену (интервалу) приказана су три момента и нивоа једнакости понуде и тражње.

приближи нивоу потреба.

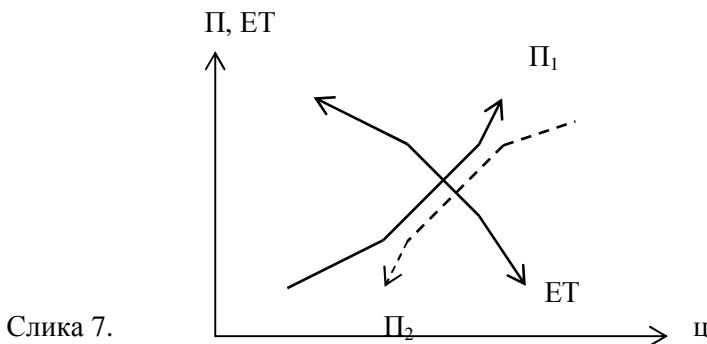
2. 2. Општи закон и еластичност понуде и тражње

(1) Понуда (П) и ефективна тражња (ЕТ) једне робе на домаћем тржишту, и њихови фактори – могу се приказати као функције (одређеног скупа фактора) у општем облику:

$$П = \phi(\text{ц, ПР, З, Т, У/И, П/К}); \quad \text{ЕТ} = \phi(\text{ц, цск, Д, ПТ, П, В}).$$

Где су: ц – цена; ПР – производња, тј. производни капацитети; З – залихе робе код произвођача и трговине; Т – тражња; У/И – салдо увоза и извоза; П/К – салдо продаје и куповине фонда материјалних резерви; цск – цене супститута и комплемената; Д – доходак, платежно способна тражња; ПТ – потребе; П – расположива количина, понуда робе; В – време, сезона потрошње робе.

Цена робе је заједнички фактор њене понуде и обима њене тражње. Уз занемаривање утицаја осталих фактора, у економској теорији су дефинисани општи закон понуде и општи закон тражње. Општи закон понуде гласи: ако се остали фактори занемаре – пораст цене доводи до повећања понуде, а повећање понуде до пада цене. И супротно, смањење цене доводи до смањења понуде, а смањење понуде до раста цене. С друге стране, дефиниција општег закона тражње је следећа: ако се остали фактори занемаре – пораст цене доводи до смањења ефективне тражње, а повећање платежно способности тражње до повећања цене. И супротно, смањење цене доводи до повећања ефективне тражње, а смањење платежно способности тражње до пада цене. Ове законе приказујемо графички на слици 7.



На овој слици приказани су облици линија понуде и тражње прецизније. Одређују их следећа кретања у општем случају. Са повећавањем цене у

одређеној мери (проценту) тражња се смањује – најпре (због иререверзибилности) у мањој, затим у истој, и на крају у већој мери. Супротно, са смањивањем цене у одређеној мери, долази до њеног повећања – најпре у већој, затим у истој, и на крају у мањој мери. Што се тиче понуде, са повећавањем цене у одређеној мери она се повећава – најпре у мањој мери (краткорочно), затим у истој, и на крају у већој мери (дугорочно). Међутим, са смањивањем цене у одређеној мери, понуда се прво смањује у мањој мери (краткорочно), затим у истој, и најзад у већој мери (дугорочно).

Као што видимо у графикону, узлазни облик линије понуде није једнак њеном силазном облику. Пре свега, због неједнаке дужине рока у коме се јавља бржи пораст и спорији пад понуде. Такође, због неједнаке дужине рока у коме се јавља њен спорији раст и бржи пад.

Општи закон понуде и општи закон тражње указују произвођачима на последице формирања продајних цена на вишем или, пак, нижем нивоу.

У стварности развијених земаља, тржишне цене су данас стабилне величине јер углавном постоји паритет цена.⁴⁷⁾ Мењају се пре свега понуда и тражња. При датој цени и датом расту платежно способне тражње – бржи раст понуде доводи до увећаних залиха, а њен спорији раст до недостатка робе у продаји; док, бржи раст ефективне тражње резултира у недостатку робе, а њен спорији раст у порасту залиха. Произвођачи се руководе залихама (и профитабилношћу). Ако су оне увећане, смањиће производњу једне робе; док, ако су незнатне и недовољне, интензивираће њену производњу. С друге стране, купци се руководе својим дохотком и својим потребама. Куповаће више сразмерно повећању дохотка; или несразмерно, у зависности од промене у структури властитих потреба и преференција.

(2) Еластичност понуде и тражње јесте њихова променљивост под утицајем промене датог фактора као независно променљиве величине. Када је реч о цени као фактору, израчунава се према обрасцима:

$$K_{\text{цеп}} = \frac{\% \text{ промене понуде}}{\% \text{ промене цене}}; \quad K_{\text{цет}} = \frac{\% \text{ промене тражње}}{\% \text{ промене цене}}$$

Коефицијент ценовне еластичности понуде ($K_{\text{цеп}}$) је позитивна вредност. Док, испред коефицијента ценовне еластичности тражње ($K_{\text{цет}}$) стоји знак – (минус), јер је реч о обрнуто сразмерном кретању елемената односно величина у приказаном обрасцу. Према (апсолутној) вредности коефицијента еластичности, понуда и тражња могу бити: слабо еластичне (ако је $K < 1$), једнако или сразмерно еластичне (ако је $K = 1$) и јако еластичне (ако је $K > 1$).

47) Код новог производа тржишна цена има тенденцију смањивања.

Под претпоставком дате, стално исте, ценовне еластичности понуде и тражње – приказане линије понуде и тражње на слици 7. имале би облик правих, неизломљених, линија. Ако су коефицијенти еластичности једнаки јединици ($K_{\text{деп}} = 1$, $K_{\text{дет}} = 1$), ове линије у координатном систему (у његовом првом квадранту) крећу се под углом од 45° . Линија понуде има узлазни правац, а линија тражње силазни.

У стварности, коефицијенти ценовне еластичности понуде и тражње су мање-више променљиве величине.

Ценовна еластичност понуде једне робе није иста у сваком временском раздобљу. Најмања је у врло кратком року, до месец дана. У том периоду, ако дође до пада цене, не може се извршити преорјентација производње. Но, може се обуставити продаја, што повећава залихе. А ако дође до пораста цене, понуда се може повећати само у оквиру расположивих залиха. У кратком року, до једне године, она је нешто већа. У случају пада цене, могућа је у оквиру датих капацитета извесна промена асортимана производње. Такође, и обустава продаје уз кредитирање залиха. У супротном случају, када дође до пораста цене, понуду је могуће повећати пре свега ако капацитети нису потпуно искоришћени. Тек у дугом року, преко једне године, ценовна еластичност понуде може бити већа. Пре свега, јер се управо тада остварује реструктурирање производње, као и повећање капацитета.

Облик линије тражње у графикону на слици 7. указује на следећу променљивост коефицијента ценовне еластичности тражње. У случају снижавања цене одређеним интензитетом (%), коефицијент ценовне еластичности тражње има тенденцију опадања: у почетку, он је (у апсолутном износу) већи од јединице; затим, једнак јединици; и на крају, мањи од јединице.

Промене коефицијената ценовне еластичности понуде и тражње често нису у складу са изнетим закључцима. У многим случајевима имамо одступања, која се морају имати у виду приликом анализе тржишта конкретне робе. На пример, слаба ценовна еластичност тражње присутна је код производа – тзв. нужне личне и друге потрошње (рецимо хлеба, као и кредита у недостатку сопствених обртних средстава), који имају малу и незнатну вредност, оних у чијој потрошњи постоје створене навике и традиција, који немају супституте у потрошњи, који се продају у сезони потрошње, итд. Јака ценовна еластичност тражње присутна је у супротном.

2. 3. Потрошачки и произвођачки вишак

(1) На почетку, потсећамо укратко на суштину – линије тражње, линије понуде и цене. То су основни елементи односно инструменти у графикону на слици 4. Као визуелно средство, овај графикон нам олакшава и поједностављује приказ потрошачког и произвођачког вишка.

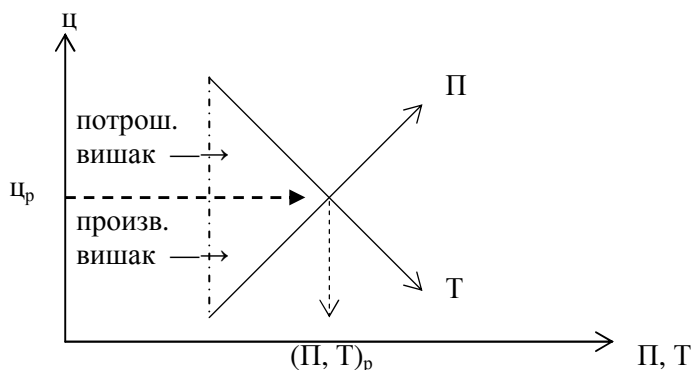
Тражња робе односно ефективна тражња (Т, ЕТ) одређена је потребама, ценом (ц) и платежно способном тражњом (ПСТ). У сваком моменту, претпостављамо да је $T \times c = ПСТ$. Према томе, ако је ПСТ дата величина – што је цена мања тражња ће бити већа и обрнуто (повећање цене резултираће у смањењу тражње). Линија тражње једне робе јесте збир индивидуалних крива тражње за том робом (збир крива тражње свих купаца ове робе). Тачке на овој линији показују нивое цене купаца (лево, на ординати) и тражене количине за дате нивое цене (доле, на апсциси).

С друге стране, тачке на линији понуде показују нивое цене продавца, као и понуђене количине робе за дате нивое цене. Ова линија је збир индивидуалних линија понуде. То јест, збир делова индивидуалних линија граничних трошкова производње.⁴⁸⁾

Цена, као трећи елемент, израз је стварних цена робе. Говоримо овде о тржишној цени. То је просечна продајна цена једне робе на тржишту. Претпостављамо да су индивидуалне продајне цене јединствене.

Потрошачки и произвођачки вишак приказујемо у два случаја. Прво, у случају равнотежне цене према понуди и тражњи робе. И друго, у случају њене неравнотеже (када је виша или нижа).

(2) У случају равнотежне тржишне цене, потрошачки и произвођачки вишак приказујемо графички на слици 4.



Слика 4.

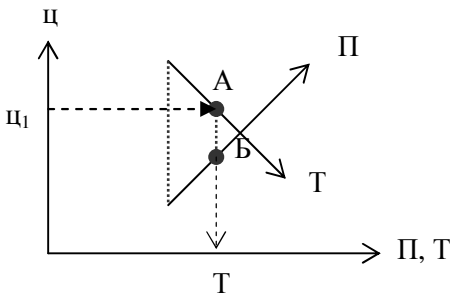
Потрошачки вишак је површина испод линије тражње – између ове линије и тржишне цене која је приказана испрекиданом водоравном линијом. Види се као (горњи) подскуп у облику троугла. Купци набављају робу по датој тржишној цени. Али, међу њима има оних који су спремни да робу плате и више само да би је добили за потрошњу. Више цене које су поједини

⁴⁸⁾ Види о томе шире у оквиру Главе I, у елементарном наслову 5.2. Линија понуде и произвођачки вишак предузећа .

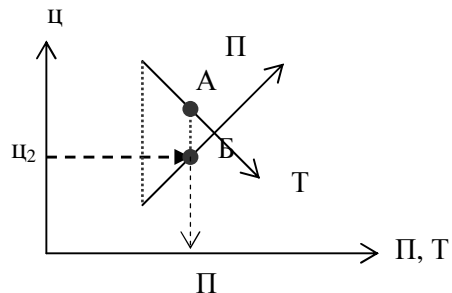
купци спремни да плате називамо резервацијским ценама; оне се налазе (то су величине) на линији тражње. Према томе, потрошачки вишак (ПТВ) је величина која се израчунава као збир умножака разлика између резервацијских цена и тржишне цене ($pc_j - tc$) са одговарајућим количинама (T_j) на водоравној оси: $ПТВ = \sum (pc_j - tc) \times T_j$, где је $j = 1$ до n .

По аналогији, произвођачки вишак је површина изнад линије понуде, између ове линије и линије тржишне цене (приказане водоравном испрекиданом линијом). Види се као (доњи) подскуп у облику троугла. Произвођачи продају робу по датој тржишној цени. Али, међу њима има оних који су спремни да робу продају и јефтиније (то су произвођачи који имају ниже граничне трошкове). Произвођачки вишак (ПРВ) је величина која се може утврдити као збир умножака разлика између тржишне цене и нижих (индивидуалних, појединачних) продајних цена ($tc - pc_j$) са количинама (Π_j) на водоравној оси које су произвођачи спремни да понуде по тим продајним ценама: $ПРВ = \sum (tc - pc_j) \times \Pi_j$, где је $j = 1$ до n .

(3) У случају неравнотежне тржишне цене, потрошачки и произвођачки вишак приказујемо графички на слици 5. (где претпостављамо вишу тржишну цену од равнотежне, $ц_1$) и на слици 6. (где претпостављамо нижу цену од равнотежне, $ц_2$).



Слика 5.



Слика 6.

Потрошачки вишак у графикону на слици 5. јесте површина испод линије тражње – између ове линије и линије цене. Произвођачки вишак је, пак, површина изнад линије понуде – између ове линије и линије цене, али до тачке Б на линији понуде која је одређена нивоом тражње. У графикону на слици 6, потрошачки вишак је површина испод линије тражње – између ове линије и линије цене, али до тачке А на линији тражње која је одређена нивоом понуде.

Не може се говорити о потрошачком вишку десно од тачке А из следећих разлога: зато што купци не купују више робе по цени $ц_1$ (слика 5), или што произвођачи не нуде више робе на тржишту по цени $ц_2$ (слика 6). Исто

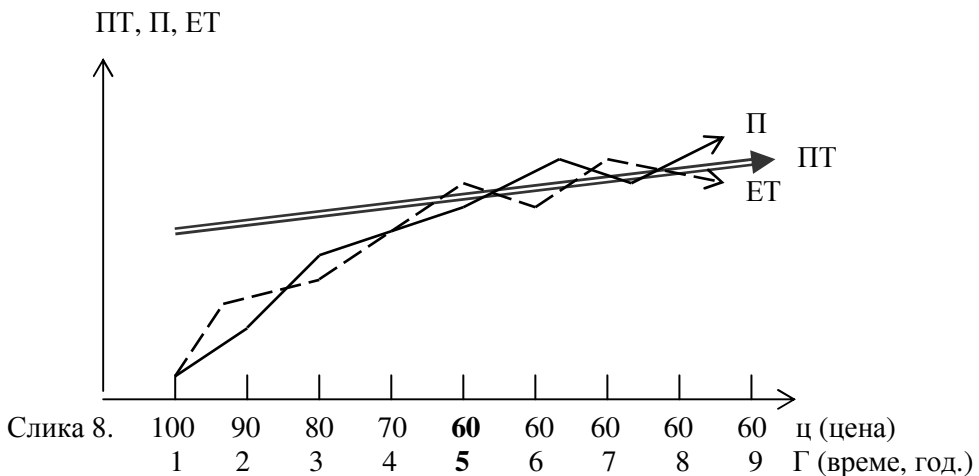
тако, не може се говорити о произвођачком вишку десно од тачке Б – због ограничене производње (слика 6) или због немогућности продаје веће количине робе (слика 5).

На основу наведеног, види се значај равнотежне тржишне цене према понуди и тражњи робе на тржишту. Она је претпоставка остваривања већег износа суме потрошачког и произвођачког вишка. Омогућава већи обим понуде и тражње, оптимизира их – види $(П, Т)_p$ на водоравној оси графикона прве слике. Односно, претпоставка је повећања степена друштвеног благостања (већег степена задовољавања потреба).

2. 4. Понуда, тражња и потребе

Понуда и ефективна тражња једне робе заједно су одређене потребама. Сврха робне производње је управо задовољавање људских потреба посредством тржишта, које указује произвођачима и другим субјектима на то шта ће се и колико производити. Потребе као фактор тражње имају дугорочно примарни значај. Њихова сатурација представља баријеру динамичном повећању понуде и ефективне тражње односно ширењу тржишта.

Разлика између потреба и достигнутог нивоа понуде и тражње пружа основу за поделу производа у две групе: групу коју чине нови производи чији је обим производње и тражње значајно испод обима потреба, као и групу производа тзв. стандардизоване производње чији се обим производње и тражње приближио односно изједначио са обимом потреба. Производња новог производа временом се стандардизује, тј. потребе за њим задовољавају се у све већој мери. Овај процес, ради лакшег сагледавања, приказујемо и графички на слици 8.



Реч је овде о хипотетичном примеру. Водоравно на апсциси су приказани износи цене (c) и време у годинама за интервал од девет година (Γ). А вертикално на ординати, приказане су: потребе (P), понуда (Π) и ефективна тражња (ET) новог производа.

Потребе су на слици приказане дуплом узлазном правом линијом. Уопште, од појаве производа на тржишту одвија се и процес њиховог повећања. С једне стране, због повећања броја потрошача (повећања броја становника). Док, с друге стране, услед проналажења нових области употребе односно коришћења производа. У стварности, потребе се не повећавају праволинијски; и у њиховој динамици има осцилација.⁴⁹⁾

Кретање понуде приказано је пуном изломљеном линијом, а кретање тражње испрекиданом изломљеном линијом. У стварности, ове линије и имају овакав (изломљени) облик. Оне се међусобно преплићу, што означава процес сталног усклађивања обима понуде и тражње.

Процес дугорочног кретања понуде и тражње новог производа је следећи. У моменту његове појаве на тржишту (у првог години наведеног примера) ниво понуде, као и ниво тражње, значајно је мањи од обима потреба. Повећање понуде и тражње остварује се у две временске зоне тј. у две значајно различите фазе.

Прва зона (до 5. године у примеру) јесте зона освајања производње и приближавања понуде и тражње потребама. Ову фазу процеса одликује: натпросечна стопа раста понуде и тражње (у односу на привреду), смањење цене под утицајем економије обима и бржег повећавања продуктивности рада, као и приближавање тржишне (тј. стварне) цене нормалној цени робе. Производња углавном доноси натпросечни профит произвођачима.

Друга зона (од 5. године на даље у наведеном примеру) јесте зона стандардизоване производње и сатурације потреба. У овој фази – понуда и тражња производа се повећавају тако што прате повећање потреба (броја потрошача), цена је устаљена, а износ стварне цене једнак је или незнатно одступа од нормалне цене робе. Производња углавном не доноси натпросечан профит; он се остварује само у првој зони.

49) Овде занемарујемо задњу фазу у животном циклусу производа – у којој се потребе губе и он нестаје са тржишта. Ова фаза се може припојити другој у нашем примеру, коју одликује сатурација потреба односно изједначеност нивоа понуде и тражње са стварним потребама. Тако, приказани пример у нашој анализи не губи од своје ефективности.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Понуда робе; 2. Тражња робе – ефективна тражња, вредност ефективне тражње, платежно-способна тражња; 3. Залихе робе – нормалне, увећане, умањене; 4. Равнотежа понуде и тражње робе; 5. Општа функција понуде; 6. Општа функција тражње; 7. Општи закон понуде; 8. Општи закон тражње; 9. Еластичност понуде и тражње; 10. Потрошачки вишак; 11. Произвођачки вишак; 12. Потребе (као фактор понуде и тражње).

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Који су могући односи понуде и тражње робе? Које су њихове основне манифестације?
2. Каква је улога цене у успостављању једнакости понуде и тражње једне робе – у кратком, као и у дугом року?
3. Како се израчунава коефицијент еластичности понуде, а како коефицијент еластичности тражње?
4. На основу облика линије понуде и линије тражње, покажи промене вредности ових коефицијената!
5. Које су врсте еластичности према (апсолутним) вредностима коефицијената еластичности?
6. Каква је ценовна еластичност понуде у кратком, а каква у дугом року? Такође, и ценовна еластичност тражње?
7. Која је разлика између потрошачког вишка у случају равнотежне и у случају неравнотежне тржишне цене према понуди и тражњи робе? У ком случају је он већи?
8. Која је разлика између произвођачког вишка у случају равнотежне и у случају неравнотежне тржишне цене према понуди и тражњи робе?
9. Које су основне карактеристике производње једне робе: а) када је она значајно мања од обима потреба, као и б) када је по обиму достигла ниво потреба?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Износи појединих величина у вези робе А су следећи: понуда = 100; ефективна тражња = 100; платежно способна тражња = 2000, колико износи и вредност ефективне тражње. *Израчунај тржишну цену робе!*

2. Износи појединих величина у вези робе А су следећи: понуда = 120; вредност ефективне тражње = 2000; тржишна цена = 20. *Израчунај износ ефективне тражње и обим неравнотеже (понуде и тражње)!*

3. Тражња је 1000, а апсолутна вредност коефицијента њене ценовне еластичности 2. *Израчунај величину тражње: а) ако се цена повећа за 10%; б) ако се цена смањи за 20%!*

4. *Нацртај и објасни облик линије понуде и облик линије тражње (у случају општег закона понуде и тражње)!*

5. *Прикажи графички потрошачки и произвођачки вишак (уз помоћ линија понуде и тражње, као величина на апсциси; и цене, као величине на ординати)!*

3. Теоријски основи формирања цена

3.1. Нормална, равнотежна или паритетна цена

Стварне цене једне робе јесу њене продајне цене на тржишту. Тржишна цена, као њихова просечна величина, израз је стварних цена. Нормална, равнотежна или паритетна цена није израз стварних цена. То је аналитичка категорија, тј. величина која представља израз објективне нужности у процесу примарне расподеле или размене. У овом наслову указујемо на основе њених назива и дефиниција, као и на њену основну функцију.

Стварне цене једне робе (продајне и тржишне) осцилирају око једне величине која се назива нормалном ценом. Као што знамо, у математици линија која пада усправно на линију у водоравном положају назива се нормалном линијом. Клатно на сату осцилира око усправне линије у односу на језгро Земље које чини гравитациону тачку. Према томе, нормална цена је величина којој гравитирају појавне или стварне цене једне робе.

Нормална цена назива се равнотежном. На конкурентном тржишту, она све просечне произвођаче у производњи различитих индустријских роба доводи у једнак (равнотежни) економски положај. З. Пјанић каже: „Равнотежна или нормална цена представља по дефиницији цену која просечном произвођачу у свакој врсти производње осигурава једнак економски положај са истим таквим произвођачем у било којој другој производњи, па ће под претпостављеним условима, тј. кад је дата покретљивост фактора производње и кад нема супротног дејства друштвених акција, одступања стварних цена од нормалних довести до померања рада и средстава друштвене репродукције из врста производње у којима су цене испод нормалних, тј. у којима је положај произвођача мање повољан, према онима у којима су цене изнад нормалних, тј. у којима је економски положај произвођача повољнији.“⁵⁰⁾ Када се нека роба продаје по нормалној цени има произвођача (ове робе) који се налазе у бољем, као и оних који се налазе у лошијем економском положају у односу на просечног произвођача. Та неједнакост њиховог економског положаја субјективно је условљена.

Када се у стварности цена одређује према условима најлошијег произвођача (што није општи случај), нормална цена не доводи све просечне произвођаче различитих роба у једнак економски положај, него најлошије произвођаче. Међутим, то не доводи у питање њен назив равнотежна цена.

⁵⁰ Др Зоран Пјанић (и др.): *Специфична цена производње и стварне цене у привреди Југославије 1964 – 1968*, Институт друштвених наука, Београд, 1971, стр. 47.

Она је и овде израз и претпоставка извесне сразмере, равнотеже и ефикасности у производњи. Када се робе продају по својим нормалним ценама, каже се да је извршена или успостављена сразмерна расподела друштвеног фонда рада у једној земљи (текућег и опредмећеног). И то, на производњу појединих роба, као и на поједине робне делатности. У случају продаје производа по њиховим нормалним ценама постоји потпуна усклађеност (равнотежа) у примарној расподели домаћег бруто производа и националног дохотка. Таква усклађеност односно равнотежа остварује се као тенденција.

Нормална цена назива се и паритетном. Јер, управо према нормалним ценама треба утврдити жељени однос (паритет) стварних цена појединих роба.⁵¹⁾ Нормалне цене чине значајну основу за антиципативно одређивање односа и учешћа појединих предузећа и делатности у примарној расподели домаћег бруто производа.

У политици и регулативи цена, нормална цена служи као значајан инструмент. Њена основна функција је да указује на основе и мерила формирања и одређивања робних цена у једној земљи. О томе, тј. о садржају ове цене, биће речи у даљем приказу у оквиру овог поглавља.

3. 2. Закон вредности и механизам његовог деловања на конкурентном тржишту

(1) Закон вредности дефинишемо као тенденцију изједначавања тржишних (тј. стварних) цена робе са њеном нормалном ценом. Такође, дефинишемо га као објективну нужност једнакости ових величина (стварних цена са нормалном ценом). Име је добио по томе што је тржишна вредност првобитни облик нормалне цене. Затим, и по томе што је вредност основни фактор цене у свим историјским облицима робне производње.

У ствари, цена је појавни облик вредности. Ако робни произвођачи сами обављају робни и новчани промет, имамо да је сума робних вредности једнака суми произвођачких робних цена. Но, пошто се промет одвија у трговини и банкарству, то је сума робних вредности једнака збиру суме произвођачких робних цена, трговачке и банкарске марже. У овом случају, она је већа од суме произвођачких робних цена – за износ поменутих маржи, које се надокнађују из вишка вредности.

Сагласно наведеном, имамо и да је сума робних вредности једнака суми произвођачких робних нормалних цена. Односно, без поменуте претпоставке, имамо да су робне вредности једнаке збиру произвођачких робних

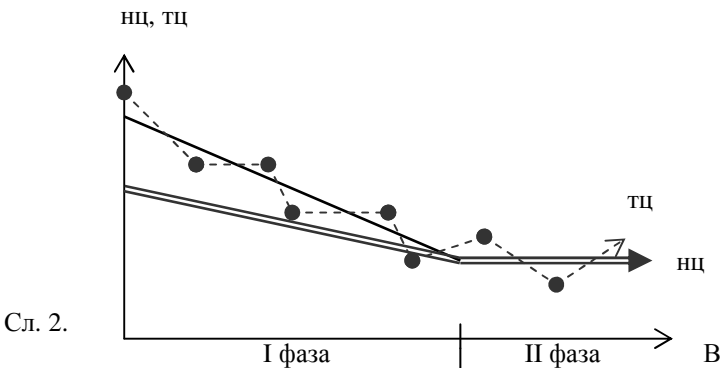
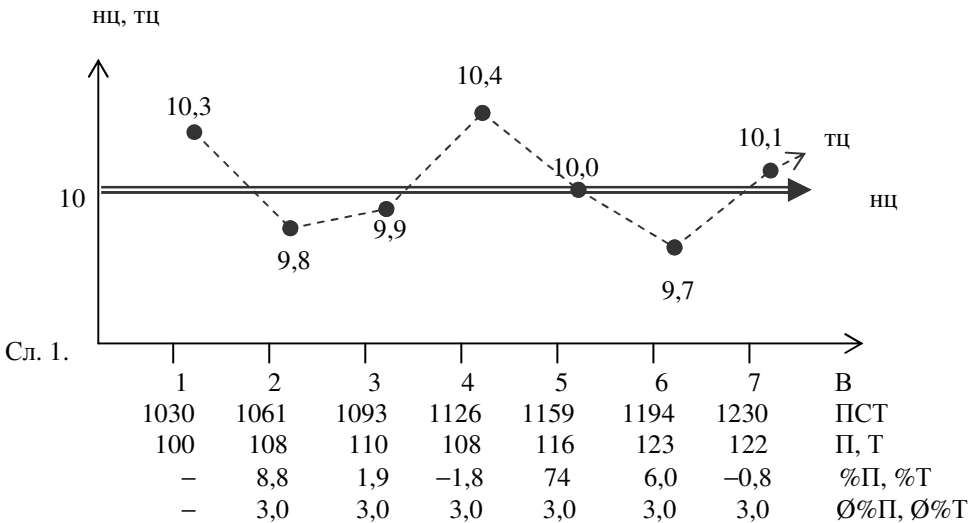
51) Има и схватања да паритет цена производа треба утврђивати на основу односа трошкова, тј. цена коштања. На пример, Е. Прајзер пише: „ ... сва добра се размењују – посматрано дугорочније – према односу трошкова који су нужни за њихову производњу.“

Види, Ерих Прајзер: *Политичка економија данас*, ИСТ, Београд, 1969, стр. 44.

нормалних цена, трговачке, као и банкарске марже.

Закон вредности је основни закон размене. Многи га сматрају и једним од најважнијих економских закона. Пре свега, због тога што је продаја робе најтежа фаза у процесу репродукције. У овој фази друштво врши признање (тј. потврду или верификацију) употребних вредности и вредности појединих роба које се износе на тржиште.

(2) Закон вредности делује под утицајем закона понуде и тражње, као и конкуренције. Механизам његовог деловања приказујемо овде у два случаја. Прво, у случају робе чија производња је достигла ниво потреба. И друго, у случају новог производа код кога је ниво производње значајно испод нивоа потреба. Приказ чинимо ефективнијим помоћу графикана, које овде видимо на сликама 1. и 2.



На ординати графикана на сл. 1. наведене су нормална цена (нц) и тржишна цена (тц) робе као израз њених стварних (продајних) цена. А на апсциси, наведено је време у извесном интервалу (В). Затим, наведени су: износи платежно-способне тражње (ПСТ), износи понуде и ефективне тражње (П, Т), стопе раста понуде и ефективне тражње (%П, %Т), као и просечна стопа раста понуде и ефективне тражње ($\emptyset\%П$, $\emptyset\%Т$). Реч је о хипотетичком примеру за први случај. По претпоставци, у овом примеру, платежно-способна тражња расте равномерно, по стопи од 3%. По истој стопи, али у просеку, повећавају се понуда и ефективна тражња. Док, стварне цене робе, у изразу тржишне цене, формирају се тако да увек постоји равнотежа понуде и ефективне тражње.⁵²⁾

Дуплом правом линијом приказана је нормална цена робе. А изломљеном и испрекиданом линијом, кретање њене тржишне цене.⁵³⁾

Сам процес изједначавања тржишних цена са нормалном или равнотежном ценом одвија се на следећи начин. Ако је тржишна цена робе виша од нормалне, произвођачи (пошто се налазе у бољем економском положају) повећавају производњу, а долази и до прилива нових произвођача. То доводи до падања тржишне цене. Затим, када је тржишна цена нижа од нормалне, они (пошто се сада налазе у лошијем економском положају) успоравају или смањују производњу. Смањивање понуде доводи до подизања цена. Тако, на основу колебања понуде (убрзавања, успоравања и преорјентације производње), долази до продаје робе по њеној равнотежној цени.

У том процесу, једнакост тржишне и нормалне цене остварује се изнова при све већем нивоу понуде и ефективне тражње.

Осцилација обима производње извесне робе код једног произвођача не значи и осцилацију обима укупне производње тог произвођача. Он тежи да има стабилан раст производње, реализације и бруто прихода. То остварује, утолико више, ако обавља више делатности и има шири асортиман производње.⁵⁴⁾ Смањење производње једног производа надокнађује повећањем производње другог. Стабилан раст укупне производње постиже прилагођавањем постојећег асортимана захтевима тржишта, али и иновацијом тог асортимана путем увођења у производњу нових производа.

52) Равнотежа понуде и тражње на тржишту једне робе није довољан услов за једнакост тржишне и нормалне цене ове робе.

53) Линија нормалне цене у стварности може имати облик изломљене линије, при чему би имали преплитање линија тржишне и нормалне цене.

54) Чак се и најмања предузећа региструју за обављање више делатности. На основу концентрације и централизације капитала предузећа проширују круг својих делатности. Она теже да постану организације типа конгломерата, јер им то обезбеђује пословање у просечним условима, тј. пословну стабилност. Релокација производних чинилаца врши се и због ограничености тржишта. Део производних чинилаца из делатности у којима је производња достигла ниво потреба премешта се у оне где производња тај ниво још није достигла.

Развијене и стабилне привреде, где је у значајној мери успостављен паритет цена, имају незнатну осцилацију тржишних цена. Равнотежа ($tц = нц$) се овде брже остварује. Супротно важи у условима нестабилности и диспаритета цена, који се најчешће јављају код мање развијених земаља.

На ординати и апсциси у графикону на слици 2. приказано је исто што и у графикону на слици 1. Али, не на основу хипотетичког примера, него уопштено. Процес прилагођавања тржишних цена са нормалном ценом извесне робе одвија се на исти начин.

Кретање нормалне цене, овде (у случају новог производа), има две фазе. У првој фази, до изједначавања понуде и ефективне тражње са потребама, тржишна цена је стално виша од нормалне. Међутим, присутна је тенденција њеног снижавања, које условљава опадање просечних материјалних трошкова (због натпросечног повећавања производње). Са снижавањем тржишне цене иде и снижавање нормалне цене, при чему тржишна цена осцилира око тренда који смо приказали силазном правом пуном линијом.

У другој фази, од изједначења нивоа понуде и тражње са потребама, износ нормалне цене се устаљује. Екстра профит није више стално присутна појава. Тржишне цене у овој фази осцилирају око нормалне цене.

3. 3. Садржај нормалне цене у савременој робној производњи

(1) Савремена робна производња има за претпоставку организовано и конкурентно тржиште. Произвођачи теже максимирању прихода и профита. С обзиром да је профит разлика између прихода и расхода, односно да је приход једнак збиру расхода и профита, то је интерес и тежња предузећа да у пословању надокнађује трошкове производње и остварује што већи профит. Међутим, на конкурентном тржишту произвођачу се по јединици робе не признају индивидуални елементи цене, него цена коштања просечног произвођача и просечан профит.

Произилази из тога да нормална цена робе има извесне одлике тзв. друштвене цене производње, коју чине следећа два елемента:

$$нц = \text{Ø}цк + \text{Ø}пф.$$

Први елемент је цена коштања просечног произвођача дате робе ($\text{Ø}цк$). А други, просечан профит који се остварује по јединици робе ($\text{Ø}пф$). Они се могу израчунати према следећим обрасцима:

$$\text{Ø}цк = \frac{(\text{цк})_1 \times O_1 + (\text{цк})_2 \times O_2 + \dots + (\text{цк})_n \times O_n}{O_1 + O_2 + \dots + O_n}.$$

$$\text{Øпф} = \text{к} \times \% \text{ПФ} / 100.$$

Симбили употребљени у овим математичким изразима имају следеће значење: $(\text{цк})_j$, O_j – цена коштања и обим производње j -тог произвођаћа дате робе, за $j = 1$ до n ; к – износ капитала по јединици робе, који се може израчунати као умножак цене коштања робе и односа капитала и трошкова производње предузећа: $\text{к} = \text{цк} \times (K / T)$; $\% \text{ПФ}$ – општа профитна стопа, тј. процентуални однос оствареног бруто профита и предујмљеног капитала у привреди (у свим привредним предузећима).

Као што видимо, цена коштања просечног произвођача јесте пондерисана аритметичка средина, што значи да је најближа цени коштања произвођача који на тржиште износи и продаје највећу количину дате робе.

Друштвену цену производње као нормалну или равнотежну цену дефинисао је и приказао К. Маркс у трећем тому Капитала, у другом одељку под насловом Претварање профита у просечан профит. Просечан профит и просечна профитна стопа у производњи једне робе остварује се под утицајем конкуренције између произвођача различитих делатности, тј. на основу уселавања и исељавања капитала. К. Маркс о томе каже: „Ово непрекидно исељавање и уселавање капитала које се одиграва међу различитим областима производње има за последицу кретања профитне стопе нагоре и надоле, кретања која се међусобно више или мање изравнавају и отуд имају тенденцију да профитну стопу свугде сведу на исти заједнички и општи ниво.“

⁵⁵⁾ Он истиче да у стварности, у општем случају, једнаки капитали доносе једнаке профите. „Што су профити неједнаких капитала сразмерни њиховим величинама, значи само то да једнаки капитали дају једнаке профите, или да је профитна стопа једнака за све капитале ...“ ⁵⁶⁾ Ово је, према његовом закључку, објективна нужност. „С друге стране, не подлеже никаквој сумњи да у стварности, не узимајући у обзир небитне и случајне разлике које се међусобно изравнавају, не постоји нити би могла постојати различитост просечних профитних стопа за различите индустријске гране, а да не укине читав систем капиталистичке привреде.“ ⁵⁷⁾

(2) У савременој робној производњи, друштвена цена производње има своје специфичности. Оне се огледају у регулативном утицају на формирање и остваривање њеног износа. Реч је, у ствари, о утврђивању стандарда за већи број њених елемената.

Стандарди односно економски параметри који се односе на цене, у функцији су остваривања и хармоније појединачних интереса и потреба суб-

55) Карл Маркс: *Капитал III*, Просвета, Београд, 1977, стр. 176.

56) Исто, стр. 129.

57) Исто, стр. 132.

јеката репродукције (власника капитала, радника и државе). Они указују на износе појединих врста трошкова, као и појединих елемената профита. Прекорачења утврђених стандарда подлежу друштвеној корекцији – најчешће путем прогресивног опорезивања – ради уједначавања економског положаја произвођача роба на тржишту.

Када је реч о трошковима, врши се пре свега стандардизација амортизације, трошкова радне снаге и трошкова рекламе и пропаганде.

Износ амортизације треба да омогућава унапређење материјалне основе рада у предузећу (путем замене утрошених средстава за рад). И то, исто као у економски развијеним земљама. Према томе се и дефинишу основне стопе амортизације за поједине врсте средстава за рад.

Цене радне снаге морају се утврђивати и остваривати у условима једнакости и равноправности радника у привреди. На јединственом тржишту, не могу се утврђивањем цена радне снаге радници у различитим делатностима и различитим административно-територијалним јединицама доводити у неједнак и неравноправни положај. Због тога, као стандард код утврђивања и остваривања трошкова радне снаге користи се просечни износ зараде по раднику у области привреде.

Стандарди трошкова рекламе и пропаганде, као и сличних прогресивних трошкова, утврђују се најчешће у облику одређеног учешћа у оствареном приходу.

Дохотци власника капитала у облику камате и закупнине евидентирају се у предузећу као трошкови. Стандарди њихових износа се не утврђују. А изузетно, као у случају финансијске ревизије, могли би се утврђивати на основу важећих каматних стопа, односно стварних износа закупнина у одговарајућој средини и времену.

Два најзначајнија елемента профита код његове расподеле јесу дивидендна маса и акумулација. Акумулација омогућава проширивање материјалне основе рада у предузећу. Привредни субјекти у вези с тим могу бити усмерени искључиво на тржиште капитала. Али, то је грешка. На тај начин се потреба и нужност самофинансирања предузећа у репродукцији занемарује, што привреду доводи у положај хроничне задужености и зависности од банкарског сектора. Предузећу мора бити омогућено – не само да у цену зарачунава и акумулацију, него да је остварује са извесним степеном сигурности. Стандардни износ издвајања средстава за акумулацију може се утврдити у облику стопе акумулације на суму предујмљеног капитала, најчешће под утицајем пројектоване стопе привредног раста, као и остваривања пројектоване капиталне опремљености рада.

Стандард издвајања дела профита за исплату дивиденди може се утврдити у облику дивидендне стопе на књиговодствену вредност акција, али и на вредност предујмљеног капитала. Пре свега, он треба да буде у функци-

ји развоја акционарства, односно повећања инвестиција и запослености. Овај стандард има смисла и када су у питању друштва лица. Он овде није сувишан. Део нето профита који у акционарским предузећима добијају акционари, у друштвима лица треба да припада власницима.

Према одређеним стандардима, врше се и издвајања средстава предузећа за друштвену потрошњу. Она се јављају као елементи трошкова, али и профита. Овим обавезама – у релативном износу – предузећа нису једнако оптерећена. Рецимо, не плаћају сва предузећа изванредан порез по истој стопи. Управо та различитост представља основу утврђивања и спровођења одређене националне политике производње и потрошње.⁵⁸⁾

(3) У пољопривреди, цена робе формира се према условима најлошијег произвођача за чијим производима постоји тражња на тржишту. У овом случају нормална цена има следећи садржај: $nc = ц_{kmax} + \emptyset pf$, где је $ц_{kmax}$ – цена коштања најлошијег произвођача. Овде, ова цена у производњи различитих роба омогућава једнак економски положај најлошијим произвођачима. При томе, сви произвођачи се доводе у положај просечног произвођача углавном тако што бољи произвођачи (са нижом ценом коштања) плаћају диференцијалну ренту.

У одређеним случајевима, цена робе може се формирати према условима најлошијег произвођача и у индустрији (при чему нормална цена има управо наведени садржај: $nc = ц_{kmax} + \emptyset pf$). Пре свега, када се произвођачи једне робе организују ради програмирања својих активности – у смислу усвајања заједничких стандарда у репродукцији, спречавања хиперпродукције и очувања запослености. У овом случају, основно питање је – како све ове произвођаче (најлошијег и бољих од њега) довести у положај просечног произвођача? Ово је могуће решити слично као у пољопривреди. То јест, путем прогресивног опорезивања елемената цене код бољих произвођача, оних елемената који премашују одређене стандарде.

58) При томе, мора се имати у виду потреба ограничавања друштвене режије која оптерећује цене роба на тржишту, на нивоу као у другим земљама (ради очувања конкурентне способности домаћих предузећа на иностраном тржишту). Затим, дугорочно, и потреба превазилажења ограничености тржишта на основу виших цена, код делатности и предузећа која имају (релативно) веће обавезе издвајања средстава за друштвену потрошњу.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Нормална, равнотежна или паритетна цена; 2. Закон вредности; 3. Друштвена цена производње; 4. Цена коштања просечног произвођача, просечна цена коштања; 5. Просечан профит; 6. Стандарди елемената цене.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Која је основна функција нормалне цене на конкурентном тржишту у једној земљи?

2. Како делује закон вредности на конкурентном тржишту?

3. Који однос тржишне и нормалне цене показује да се произвођачи једне робе налазе у бољем економском положају на тржишту, а који да се налазе у лошијем положају?

4. Како у условима осцилације обима производње једне робе (под утицајем закона вредности) произвођач остварује стабилност у динамици свог производног асортимана?

5. На ком нивоу понуде и тражње се изнова успоставља једнакост тржишне и нормалне цене једне робе?

6. Која су два основна елемента друштвене цене производње?

7. Какав облик може имати линија нормалне цене у стварности?

8. Објасни кретање линије нормалне цене новог производа?

9. У ком смислу конкуренција између различитих производних делатности доприноси остваривању просечног профита? Како се остварује овај облик тржишне конкуренције?

10. Који су основни или најчешћи стандарди цене (једне робе) у вези са трошковима производње?

11. Који су основни стандарди цене у вези са профитом?

12. Које су одлике стандарда цене који се односе на издвајања средстава предузећа за друштвену потрошњу?

13. Како се према стандардима појединих елемената цене може утврдити у каквом је положају једно предузеће на тржишту?

14. Зашто се у пољопривреди цене производа формирају према условима најлошијег произвођача?

15. У ком случају се цене производа у индустрији могу формирати према условима најлошијег произвођача?

16. Како се предузећа доводе у положај просечног произвођача, када се цена формира према условима најлошијег произвођача.

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Израчунај цену коштања просечног произвођача једне робе ($\Phi_{цк}$), ако су цене коштања и обим производње индивидуалних произвођача ове робе следећи: $(цк)_1 = 16$; $(цк)_2 = 12$; $(цк)_3 = 11$; $O_1 = 100$; $O_2 = 30$; $O_3 = 20$!

2. Израчунај износ просечног профита по јединици производа који добија један произвођач, ако су нам познате следеће величине: цена коштања овог производа 100, укупни трошкови производње за целокупни производни асортиман предузећа 800.000, укупни предујмљени капитал 400.000 и просечна профитна стопа у привреди 20%!

3. Израчунај профитну стопу предузећа и општу профитну стопу, ако су у предузећу: предујмљени капитал 100, укупан приход 120 и трошкови производње 105. Као, и ако је у привреди: бруто профит 110.000, а предујмљени капитал 1.000.000!

4. Израчунај друштвену цену производње у случају робе једног произвођача, ако су: просечна цена коштања ове робе 120, његова цена коштања ове робе 100, његови трошкови производње за целокупни производни асортиман 900.000, његов предујмљени капитал 270.000 и просечна профитна стопа у привреди 20%!

Глава III
ТРЖИШТЕ РОБЕ

РЕЗИМЕ

1. Размена је фаза у процесу репродукције. Она претходи расподели и потрошњи. У њој производи мењају власнике да би дошли у потрошњу. Власник једне робе (произвођач) предаће је другом у власништво само ако за њу добије одговарајућу против-вредност у новцу.

Размена се обавља на тржишту које одређују укупност понуде и тражње, као и низ других елемената. Оно је данас мање-више организовано. Најорганизованији облик тржишта је берза.

2. Предмет размене је роба. То је производ, привредно добро, материјалне или нематеријалне садржине са одређеним својствима: има употребну вредност и вредност, служи за размену и може се масовно репродуковати (тј. производити у количинама које захтева тржиште). Код производа без задњег поменутог својства не може се говорити о односима и равнотежи понуде и тражње.

Вредност је друштвено својство производа. Она има посебан значај у економској анализи.

3. Конкуренција робних произвођача на тржишту један је од битних услова његове ефикасности. Према слободи продаваца и купаца и могућностима утакмице на страни понуде и на страни тражње – утврђују се многи модели тржишта и конкуренције. Посебан значај у економској анализи имају: тржиште слободне или савршене конкуренције, монополско тржиште и тржиште ограничене или несавршене али развијене конкуренције.

4. Понуда и тражња мењају се у времену квантитативно и квалитативно. Привредну активност одликују појаве низа осцилација или колебања. Говори се у вези са тим о привредним циклусима и њиховим фазама (опадану и расту). Привредне субјекте и власти у једној земљи интересује пре свега раст. Због тога теже конјунктури, односно стварању услова или изгледа за повољну понуду и тражњу роба.

5. На тржишту једне робе у сваком моменту могу постојати, алтернативно: вишак понуде, вишак тражње, вишак понуде и вишак тражње, као и једнакост понуде и тражње. Ниво понуде и тражње највећи је управо у случају њихове једнакости или равнотеже. У условима стабилности цена, ова равнотежа се може остваривати на све вишем нивоу (обима) при извесној инфлацији. Али, инфлација није импулс раста.

6. Појединачно, понуда и тражња су функције више фактора. Само је цена заједнички фактор и једне и друге. У економској анализи дефинисани су општи закон понуде и општи закон тражње. Такође, одређене су вероватне или очекиване промене коефицијената њихове ценовне еластичности у одређеним условима. Затим, утврђени су и објашњени потрошачки и произвођачки вишак. Све то указује тржишним субјектима на принципе и могућности максимирања њихових пословних резултата.

7. Понуда и тражња једне робе међусобно се преплићу до изједначавања са потребама за том робом. Реч је овде о новом производу на тржишту. Даље, у следећој фази, преплићу се и са овим потребама. Односно, осцилирају у односу на њих. У првој фази остварује се натпросечни раст понуде и тражње, продуктивности рада и профита; док, цена опада. У другој фази, долази до тзв. стандардизације производње.

8. Стварне цене једне робе, у својој динамици, имају тежиште познато као нормална цена. Тенденција изједначавања стварних са нормалном ценом једне робе (путем низа осцилација) назива се законом вредности. Пре свега, јер је тржишна вредност облик нормалне цене у првом историјском облику робне производње (у простој робној производњи). А и због тога што је, без обзира на услове производње, вредност робе најзначајнија детерминанта њене цене.

9. На конкурентном тржишту, нормална цена се формира под утицајем општег закона понуде и тражње, а пре свега понуде, као и под утицајем тржишне конкуренције. Када су стварне цене више, долази до интензивирања производње што резултира у паду цена на тржишту. Супротно, када су оне ниже, долази до редуковања производње што има за последицу раст цена. Једнакост између стварних цена и нормалне цене једне робе стално се успоставља, углавном на све већем нивоу понуде и тражње.

10. У савременој робној производњи нормална цена има облик тзв. друштвене цене производње. Њено остваривање у стварности заснива се на стандардима многих елемената цене. Продајом робе по њеној нормалној цени – произвођач надокнађује трошкове производње у мери просечног произвођача и остварује профит (на предумљени износ капитала) по просечној профитној стопи.

Изузетно, у извесним случајевима, цене се формирају према условима најлошијег произвођача. Али и овде постоје механизми довођења свих произвођача у положај просечног произвођача.

Глава IV

ДОХОТЦИ ПО ОСНОВУ ВЛАСНИШТВА И ЊИХОВА КАПИТАЛИЗАЦИЈА

1. Имовина и ефекти њеног држања

(1) Имовина, као скуп добара у власништву једног лица, израз је материјалног богатства. Увећање производних могућности води повећању фондова материјалног богатства. Са аспекта намене или употребе, имовину једног лица можемо поделити на основну (а) и резервну (б).

(а) Основна имовина служи личној потрошњи власника, или обављању одређених делатности (ако он привређује). Чине је различита добра. Један део ових добара може се и изнајмити, па се поставља питање – да ли један елеменат имовине набавити и имати у својини, или га узети у закуп? Одговор на ово питање може се добити упоређивањем укупних и тзв. алтернативних или опортунитетних трошкова држања имовине.

Ако смо власник, наше укупне трошкове имовине (УТИ) чине стварни трошкови држања имовине (ТДИ) увећани за износ изгубљеног приноса који се може израчунати као камата на тржишну вредност наше имовине (К): $УТИ = ТДИ + К$. Алтернатива укупним трошковима имовине (коју називамо опортунитетним трошковима) има свој израз у закупнини (З). Реч је о износу закупнине за приближно исту врсту, обим и квалитет имовине.

Међутим, ако смо купац и плаћамо закупнину, алтернатива закупнини јесу укупни трошкови имовине (УТИ) о којима је управо било речи.

Дугорочно, између укупних трошкова имовине и закупнине постоји једнакост или равнотежа:

$$УТИ = З.$$

Стање неједнакости резултира у променама које воде успостављању једнакости. Ако је закупнина већа, доћи ће до јачања тежње за обезбеђивањем сопствене имовине. Док, ако су већи укупни трошкови имовине, доћи ће код власника до повећања понуде имовине за продају.

(б) Резервна имовина је део имовине изнад њеног основног дела. Она има посебну намену. То јест, има три основне функције. Прво, функ-

цију повећања обима делатности или повећања обима потрошње, ако се за то стекну услови (у случају ширења тржишта или ширења домаћинства) који нису могли да се очекују или се јављају изнад очекивања. Друго, функцију акумулације богатства или резервног фонда, што треба да омогући равномерност односно стабилност напретка и благостања у условима нестабилности. И треће, функцију остваривања дохотка по основу власништва.

Резервна имовина једног лица, као скуп, састоји се из више елемената. Њена структура може се утврдити према различитим основима. Најчешће су поделе: на некретнине и покретна добра, на привредна и природна добра, као и на добра вишег и нижег степена мобилности. Када је реч о мобилности, најмобилнија су средства у новчаном облику и у облику различитих хартија од вредности.

Оптимална структура ове имовине била би она која у датом периоду може донети (власнику) највећи износ корисности у облику приноса, узимајући у обзир и карактеристични ризик држања, као и инвестирања или пласмана сваког њеног елемента.

(2) Као ефекте држања имовине наводимо: трошкове држања имовине (а), капитални добитак и губитак (б) и принос у облику дохотка (в).

(а) Држање имовине у власништву изискује многе трошкове које, скупа, називамо трошковима држања имовине (ТДИ). Они имају карактер негативног ефекта. Део тих трошкова својствен је само појединим елементима имовине. Наводимо овде оне најзначајније.

Прво, јављају се трошкови чувања имовине. Реч је овде о трошковима стражарског и електронског обезбеђења, надзора, складиштења и депоновања, евиденције и других. Код дела имовине, ови трошкови су неизбежни.

Друго, јављају се и трошкови осигурања од ризика. У стварности има више врста ризика: од поплава, клизишта, земљотреса, пожара, крађе, пропасти код других лица, итд. Власници се штите од ризика путем осигурања имовине. Премије осигурања најчешћи су израз поменутих трошкова.

Треће, код привредних добара са веком трајања дужим од једне године – као елементу имовине – значајан трошак је амортизација. Она се обрачунава периодично. Служи за обезбеђење замене ових добара, тј. поновне набавке, након истека њиховог века трајања.

Четврто, чести су трошкови одржавања имовине. Реч је овде пре свега о текућем и инвестиционом одржавању. Функција одржавања огледа се у задржавању употребне вредности имовине.

И пето, у трошкове држања имовине може се навести и порез на имовину. Његова висина и улога није иста код свих елемената имовине. На пример, он може имати улогу стимулације власника да имовину наменски користе (земљорадничка рента код пољопривредног земљишта), дестимулације насељавања у највећим и углавном пренасељеним градовима (градска и

грађевинска рента), стимулације или дестимулације држања и повећања учешћа појединих елемената имовине, итд.

(б) Значајни ефекти држања имовине, даље, јесу: капитални добитак и капитални губитак. Капитални добитак има карактер позитивног, а капитални губитак карактер негативног ефекта држања имовине. Међутим, они се не укључују – ни у трошкове држања имовине (капитални губитак), ни у доходак по основу инвестиције власништва (капитални добитак).

Реч је овде о разлици у цени имовине која се остварује приликом њене куповине и продаје.

Већа цена имовине на тржишту може бити условљена инфлацијом. Ако је цена повећана у мери инфлације, нема капиталног добитка. Већа цена омогућава само задржавање претходног паритета у размени. Затим, може бити условљена појавом несташице на тржишту, односно променом односа понуде и тражње. Исто тако, може бити резултат и продаје по тржишној цени, а набавке уз извесне привилегије (по цени испод тржишне). Према томе, капитални добитак (КД) треба утврђивати према обрасцу:

$$\text{КД} = \text{ПВ} - \text{НВ} \times [1 + (\%И / 100)], \quad \text{или}$$

$$\text{КД} = \text{ПВ} - \text{НВ} \times \text{кИ}.$$

Где су: ПВ – продајна вредност (или цена, ако је реч о јединици) имовине; НВ – набавна вредност (или цена, ако је реч о јединици) имовине; %И – стопа инфлације за период од момента набавке до момента продаје имовине; кИ – коефицијент инфлације за овај период.

Држава врши опорезивање капиталног добитка – ако се остварује у одређеном периоду, тј. у кратком или средњем року – да би дестимулисала спекулативне трансакције на тржишту. С једне стране, ради спречавања држања имовине само ради тога да би се потенцијали поремећаји на тржишту и вршила продаја по увећаним ценама. И, с друге, ради спречавања злоупотреба у коришћењу привилегија на тржишту успостављених привремено због остваривања одређених привредних и друштвених циљева.

(в) Позитиван ефекат држања имовине јесте принос који се остварује њеним инвестирањем. Реч је овде о доходу који добија власник имовине. Он је нужан, тј. мора се остваривати, из следећих разлога. Најпре, због покрића трошкова држања имовине. Покриће ових трошкова без приноса значило би губитак дела имовине. Затим, због реализације власништва као права учешћа у расподели националног дохотка. Без тога, значајно се губи стимуланс у једном друштву за држањем имовине, те за њеним инвестирањем као ресурса за потребе репродукције и раста. Најзад, у случају новчаних средстава као имовине, остваривање приноса нужно је због очувања њихове

реалне вредности. Присуство инфлације у једној земљи захтева повећање суме новца да би се очувала његова реална вредност.

Држање имовине заснива се делимично и на извесним неекономским позитивним ефектима. Као пример, може се навести престиж лица у друштву у коме живи и које га окружује. Такви ефекти нису, овде, предмет нашег интересовања и анализе.

2. Облици дохотка по основу власништва

Вишак имовине, изнад њеног основног дела, може доносити власнику доходак (ако се он ставља у промет). Под дохотком се овде подразумева принос по основу власништва. То је новчани износ који се може потрошити а да се вредност имовине не умањи. Углавном, доходак по основу власништва се може остваривати у једном од следећа три облика: у облику камате, по основу зајма (1), у облику дивиденде, по основу инвестирања у акције (2), као и у облику закупнине, по основу издавања имовине у закуп (3).

(1) Са правног аспекта, зајам је дужничко-поверилачки однос поводом одређене вредности између зајмодавца и зајмопримца. Зајмопримац је дужник, који у уговореном року мора вратити добијену вредност заједно са каматом. Зајмодавац је поверилац. Може се назвати и инвеститором. У улози ових субјеката могу се наћи физичка и правна лица, као и држава.

Пре свега, предмет зајма су новац и роба одређене вредности. Зајам у новчаном износу има различите облике. Основни су: кредит (а), новчани депозит (б) и куповина каматоносних хартија од вредности (в). Међутим, зајам у роби јавља се углавном у облику робног кредита (г).

(а) Зајам у облику кредита дају банке. Новчани промет као привредну делатност обављају управо оне. Баве се прикупљањем слободних новчаних средстава из различитих извора (привреде, непривреде и становништва), која затим пласирају путем више врста кредита.

Према намени и сврси кредити се, у основи, деле на пословне и потрошачке. Пословни се дају пре свега предузећима, где се користе као пословна средства односно капитал. Потрошачки кредити се дају грађанима за куповину материјалних потрошних добара или за финансирање задовољавања њихових потреба нематеријалне природе. Одлике потрошачког кредита мање-више имају и кредити који се дају друштвено-политичким заједницама за покриће буџетског дефицита.

Банка одобрава кредит ради добијања камате за његово коришћење у уговореном року. Међутим, често су присутни и други разлози – бржи развој одређених делатности и региона, повећање производње и запослености, обезбеђивање континуитета пословања, повећање извоза и други. У том случају, она врши контролу наменске употребе зајма.

(б) Повериоци банке су правна и физичка лица. Правна лица су обавезна да послују преко текућих рачуна које држе у банкама. (Банке обављају платни промет.) Салдо на таквом рачуну јесте неформални зајам банци у облику неороченог новчаног депозита. Ако она на негативни износ салда наплаћује камату, онда би требало и да је плаћа на његов позитивни износ. Салдо износа на другим рачунима поменутих субјеката могу имати облик орочених новчаних депозита.

Физичка лица нису обавезна, али им је у интересу да своја слободна новчана средства држе у банци. Прво, јер је новац у банци физички најбоље обезбеђен. И друго, јер ће му овде вредност бити у значајној мери очувана (камата треба да компензира ерозију новца под утицајем инфлације). Салдо износи на рачунима грађана у банци изрази су новчаних зајмова који се јављају у облику неорочених и орочених новчаних депозита.

(в) Новчани зајам јавља се и у облику куповине каматоносних хартија од вредности. Овде се као купци и продавци јављају – држава, правна и физичка лица. При томе, физичка лица не могу вршити емисију каматоносних хартија од вредности; она могу само продавати већ купљене хартије.

Купац каматоносне хартије од вредности је зајмодавац. Он за хартију плаћа одређену суму новца, а када она доспе за наплату добија натраг ову суму увећану за камату. Често, има право да ту хартију прода на тржишту и пре њеног доспећа за наплату. Такође, може је употребити као залог.

Каматоносне хартије од вредности могу се поделити на краткорочне и дугорочне. Врсте ових хартија варирају од земље до земље. То су, можемо рећи: менице, благајнички и комерцијални записи и обвезнице. Меница је каматоносна хартија од вредности у вези са робним кредитом.

Благајнички и комерцијални записи су краткорочне хартије од вредности. Благајнички запис издаје се на одређени рок и са одређеном каматом. Гласи на бруто износ, у који је урачунат и интерес. По том износу се наплаћује, а купује се по износу без интереса. Ове записе издају пре свега пословне банке. Но, могу их издавати још: остале финансијске организације и друштвено-политичке заједнице. (Благајнички записи које издаје централна банка нису овде предмет нашег разматрања.) Њихови купци су правна и физичка лица. Комерцијални запис има својства благајничког записа пословне банке, а издају га предузећа.

Најзначајнија дугорочна хартија од вредности јесте обвезница. Она доспева за наплату после или у току одређеног броја година. У краћим роковима (годишње или сваких шест месеца) врши се наплата каматних купона, док се главница враћа на крају периода. Практикује се и периодична наплата вредности обвезница путем ануитета. Обвезнице издају предузећа, банке, држава и друге организације. Посебно су цењене државне обвезнице, које се углавном издају ради покрића буџетског дефицита – у периоду смањења бу-

цетских прихода (у случају недовољног, испод просечног привредног раста), као и у периоду ванредних буџетских расхода (приликом санирања природних непогода, вођења рата и сл.).

Новчани зајам се одобрава уз одређено јемство. С њим се зајмодавац обезбеђује да ће му зајам који је одобрио бити враћен после истека одређеног рока. Оно се јавља у различитим облицима, који су примерени врсти и износу зајма. Познати су следећи облици јемства: хипотека, залога, гаранција жиранта, просечни редовни прилив новца на текући рачун који се води код зајмодавца, гаранција државе (за поједине врсте каматоносних хартија од вредности), изјава и поверење које ужива зајмопримац и други.

(г) Роба одређене вредности често се продаје са одложеним роком плаћања, на кредит. Овде се уствари позајмљује њена вредност до момента плаћања, а купац на ту вредност у овом року плаћа камату. Крајња сврха је продаја робе, али продавац не може кредитирати купца без накнаде.

Робни кредит дат трговини чини основу одобравања потрошачких кредита; она га само преноси крајњим купцима или потрошачима. Пословни субјекат који купује робу на кредит даје продавцу писмену изјаву са гаранцијом да ће је платити у одређеном року и са одређеном каматом. Тај вредносни папир назива се меницом. Он служи као средство плаћања јер је преносив на друга лица. Све до рока доспећа меница служи као новчани сурогат. Ако неком субјекту затреба готов новац, јер свој дуг не може измирити меницом, може је продати банци. Она ће је купити, али уз одбитак камате до њеног доспећа. Овај поступак познат је под именом есконтовање или прихватање менице за наплату.

Као јемац да ће меница бити наплаћена често се јавља и пословна банка купаца робе. Она (као жирант) врши авалирање менице, тј. даје на њој изјаву односно потпис да ће је исплатити из својих средстава, ако купац у моменту њеног доспећа нема новца на свом текућем рачуну.

(д) *Камата* је доходак зајмодавца. То је његов остварени нето приход или принос који може потрошити а да с тим не умањи своју имовину. Она се плаћа за коришћење употребне вредности новца до момента повраћаја зајма. Представља имплицитно део вишка вредности. Уопште, да би је зајмодавац добио, зајмопримац мора да увећа свој доходак који чини материјалну основу њене исплате.⁵⁹⁾

У релативном износу, камата мора бити мања од профита. У супротном, предузетничка добит је једнака нули. То зајам чини нерационалним

59) „Спремност да се камати плате, то јест позитивност каматне стопе са стране тражње за капиталом, произилази из "продуктивности" капитала. Чињеница што узимају кредите и потрошачи, ништа не мења. И њима се повећава производ којим располажу.“

Aleksander Bajt: *Osnovi ekonomske analize i politike*, Informator, Zagreb, 1979, str. 291. и 292.

средством обезбеђивања недостајућих средстава.

Средства зајма (тј. слободна новчана средства) имају тенденцију повећања. Она мање-више премашују тражњу на тржишту новца, што резултира у релативном смањењу камате. Немогућност њиховог пласмана на националном тржишту захтева – излазак и понуду на светском тржишту, директно или преко међународних финансијских организација.

За камату се може рећи да представља доходак по основу опредмећеног тј. у новцу акумулираног рада. Њега нема у изобилју, па се у општем случају не може давати на коришћење без накнаде. Као и друге врсте дохотка, држава опорезује камату и тиме спроводи одређену политику и остварује одређене циљеве.

(2) Лица која инвестирају вишак имовине (изнад њеног основног дела) у акционарска друштва, познати су као акционари. Она купују акције (а) и тако постају неформално власници ових предузећа. Основни разлог куповине акција је добијање дивиденде као приноса (б). Међутим, има и других разлога, на које укратко указујемо.

Инвеститори купују акције и ради заштите својих средстава од инфлационе ерозије. У случају неочекиване инфлације, зајмови се често не ревалоризују па камата не може очувати њихову вредност. Међутим, књиговодствена вредност акција се ревалоризује. Затим, када је реч о правном лицу односно предузећу, куповина акција врши се и ради учвршћивања међусобних пословних односа и интеграције са другим предузећима. Значајан број инвеститора купује акције и из шпекулативних разлога. То јест, ради остваривања капиталног добитка.

(а) Акције или деонице се дефинишу као хартије од вредности које власницима дају одређена права. Међутим, ова дефиниција постаје превазиђена. Са компјутеризацијом, акције губе материјални облик и јављају се само као електронски запис, а власници добијају потврду о власништву. Према томе, може се рећи да је акција данас посебан правно-институциони инструмент. Она је временски неограничена. То значи да важи све док постоји акционарско предузеће у пословном свету, тј. све до његовог престанка са радом и ликвидацијом.

Најчешће, акције доносе акционарима следећа основна права. Прво, право на доходак у облику дивиденде. Друго, право на управљање акционарским предузећем, које је сразмерно броју расположивих акција. Сваки акционар добија годишње позив за седницу скупштине, са материјалом на основу ког се врши оцена и усвајање пословног извештаја као и доношење пословних одлука за наредни период.⁶⁰⁾ Акционари са малим бројем акција

60) Могуће је акционарима са најмањим бројем акција, тј. ситним акционарима, информацију о пословању и термину и месту одржавања скупштине акционарског предузећа пружати преко одређених јавних средстава информисања.

то право најчешће не користе, или га преносе на друге субјекте (на плаћено руководство или на синдикат). Треће, право прече куповине акција предузећа из нове емисије. И четврто, право учешћа у расподели дела ликвидационе вредности у случају престанка рада предузећа. Сваки акционар ово право остварује сразмерно вредности акција које има у свом власништву.

Са продајом акција мењају се власници предузећа, док права акционара остају иста. Она не мора да утиче на пословање акционарског предузећа, али може утицати. На пример, нагла понуда акција и пад њихове цене негативно се одражава на углед предузећа у пословном свету. Затим, купопродаја акција и промена структуре њихових власника, може водити промени пословне и развојне политике корпорације.

Акција има своју вредност и своју цену. Оне се могу, али не морају поклапати. Њихова суштина је различита.

Најпре, она има своју номиналну вредност, а то је вредност уписана на самој акцији као хартији. Код дематеријализоване акције реч је о њеној емисионој вредности. То јест, о вредности по којој се уписује односно продаје по први пут. Ова вредност евидентира се у предузећу и позната је као књиговодствена вредност. Због инфлације, она се повремено (годишње) ревалоризује, тј. увећава. На тај начин се штите извори средстава, односно инвестициони улози и права акционара.

Цена акције је вредност по којој се продаје једна раније већ купљена акција. То је њена вредност која се формира односно остварује на тзв. секундарном тржишту акција. Она може бити једнака или различита од њене књиговодствене вредности. То зависи од више фактора: износа њене књиговодствене вредности, понуде и тражње, односа сопствене имовине предузећа и књиговодствене вредности свих акција, остварене профитне и дивидендне стопе у предузећу, коефицијента пословне сигурности предузећа на тржишту, пословних и других очекивања и догађаја у стварности, итд.

(б) *Дивиденда* је доходак акционара. Исплаћује се једном годишње, након обрачуна пословног резултата. Али, уз одређени ризик, тј. под условом да ја предузеће остварило добитак.

За једну акцију, може се израчунати према обрасцу:

$$\text{Дивиденда} = \frac{\text{КВА} \times \%Д}{100}.$$

Где су: КВА – (ревалоризована) књиговодствена вредност акције; %Д – дивидендна стопа.

Дивидендна стопа је процентуални однос дивидендне масе и ревалоризоване књиговодствене вредности свих емитованих и продатих акција

предузећа. С обзиром на већи ризик остваривања дивиденде него ли камате, ова стопа требало би у општем случају да буде виша од каматне стопе. У супротном, инвеститори би имовину пласирали углавном у облику зајма.

Дивидендна маса је део добитка који се годишње издваја за расподелу акционарима у облику дивиденде. О расподели оствареног добитка одлучује се у скупштини акционарског друштва. При томе, ситни акционари заинтересовани су углавном за што већи износ дивиденде. С друге стране, крупним акционарима и руководећој структури предузећа више је у интересу издвајање средстава профита у фонд акумулације, као и остваривање зараде у облику надокнада разних трошкова за чланство и рад у органима управе и надзора предузећа. У стварности се углавном тражи компромис односно поравнање ових интереса.

Дивиденда, као и камата, представља доходак по основу одређеног тј. у новцу акумулираног рада. Она је експлицитни део вишка вредности односно профита. Држава је такође опорезује.

Јемство у случају акција не постоји. Уосталом, дивиденда се и остварује уз пословни ризик. То је тржишни ризик остваривања профита, као приноса на предујмљени капитал у предузећу.

Међутим, постоји и ризик од злоупотреба и превара. Држава путем регулативе и посебне институције (Комисије за хартије од вредности) штити акционаре од овог ризика. С тим, она уједно стабилизује привреду и даје свој допринос повећању њене ефикасности.

У економској теорији, познате су две основне врсте манипулација или шпекулација (тј. смицалица) са акционарским капиталом којим се наноси штета акционарима. То су: разводњавање или деконцентрација капитала и манипулације са дивидендном стопом.

Разводњавање или деконцентрација капитала јесте смањивање стварног капитала у односу на суму књиговодствене вредности акција. Ако се је-дан део прихода од продатих акција не искористи као капитал, него као еми-сиона добит, између поменутих величина настаје разлика.⁶¹⁾ Један део продатих акција остаје без покрића у стварном капиталу предузећа.

Емисиона добит импутира се предузећу као фиктивни капитал. То је износ књиговодствене вредности акција без покрића. Односно, то је капитал

61) Остваривање емисионе добити сликовито приказујемо помоћу следећег обрасца:

$$\begin{array}{ccccccc} A & \rightarrow & H_0 & \rightarrow & EP & \dots & P & \rightarrow & H_1 \\ & & \downarrow & & & & & & \\ & & \mathbf{n} & & & & & & \end{array}$$

Где су: А – Број емитованих акција; H_0 – новац, тј. приход од продаје емитованих акција; EP – елементи, ресурси, производње; П – производња у ужем смислу речи; Р – роба; H_1 – новац, тј. приход од продаје робе; \mathbf{n} – емисиона добит.

на који се исплаћују дивиденде, али ког у предузећу нема. Она резултира у смањивању дивидендне стопе и цена акција.

Манипулације са дивидендном стопом врше управа и руководство акционарског предузећа. У овом случају, они остварују купопродајну добит на узрокованој разлици у цени акција.⁶²⁾ Веће издвајање профита у фонд акумулације резултира у смањењу дивидендне масе и дивидендне стопе, као и цена акција. Ситни неупућени акционари нуде своје акције на продају, па оне најчешће долазе у руке управе и руководства. У наредном периоду, мање издвајање у поменути фонд доводи до раста дивидендне стопе и цена акција. Сада управа и руководство предузећа продају купљене акције, остварујући при томе добит од намерно узроковане разлике у цени акција.

(3) Закуп је, са правног аспекта, дужничко-поверилачки однос закуподавца и закупца. Закуподавац предаје закупцу одређени предмет на коришћење у уговореном року, а закупца као накнаду плаћа закупнину. Вредност закупљене ствари није експлицитно присутна у уговору.

Предмети закупа могу бити привредна и природна добра. Овде ће, даље, бити речи о закупу привредних добара (добра која су производ људског рада). Закуподавци ових предмета су њихови власници, тј. правна и физичка лица. У улози закупца јављају се такође физичка и правна лица – сви они којима су ти предмети потребни (за обављање одређених делатности, или за задовољавање извесних потреба), а не располажу њима као власници.

Инвестиционо или годишње одржавање предмета закупа врши закуподавац о свом трошку. Закупац врши само текуће одржавање, оно које проистиче из редовне односно свакодневне употребе. По истеку уговореног рока он мора вратити предмет закупа у стање у коме га је примио.

Закупнина је бруто доходак закуподавца. Аналитички гледано, она се састоји из три основна елемента: нето износа (НИ), амортизације (АМ) и трошкова инвестиционог одржавања (ТИО):

$$З = \text{НИ} + \text{АМ} + \text{ТИО}.$$

Она представља бруто доходак по основу опредмећеног рада, опредмећеног у неком од средстава која чине ову врсту имовине.

Нето износ закупнине одређују две величине. Прва је садашња или књиговодствена вредност предмета закупа, ако су закуподавци правна лица. Или, тржишна вредност ових предмета, ако су закуподавци физичка лица. Друга величина је просечна банкарска каматна стопа која се плаћа на орочене новчане депозите за период који одговара времену закупа.

62) Види о томе, др Ђорђе Попов – др Фуада Станковић: *Политичка економија*, Правни факултет, Нови Сад, 1992, стр. 139.

Овај елеменат (НИ) чини основицу за опорезивање закупнине.

Амортизација и трошкови инвестиционог одржавања садржани су у закупнини са припадајућим делом. Припадајући део је износ сразмеран времену закупа у односу на време обрачуна амортизације и време инвестиционог одржавања. Рецимо, ако је време закупа 3 месеца, а инвестиционо одржавање се врши једном годишње као и обрачун амортизације, онда се у закупнину укључује $\frac{1}{4}$ поменутих трошкова. Док, ако је време закупа једна година, поменути трошкови се укључују у износ закупнине у целини.

3. Закупнина и рента

(1) *Рента* је накнада коју једно лице плаћа за коришћење туђег природног добра, тј. земљишта или воде. Плаћа се закуподавцу (власнику, у случају индивидуалне својине) или јавној установи задуженој да води бригу о одређеном елементу природног богатства (у случају јавне својине). Закуподавци се овде често називају рентијерима.

Појавни облици ренте за коришћење земљишта најчешће се сврставају према његовој намени, тако да имамо: грађевинску, градску, пољопривредну, шумску, рудничку и туристичку ренту. Накнаде за коришћење воде (за риболов, узгој рибе, производњу енергије у хидро-електранама, вађење песка из речних корита, наводњавање и др.) називамо водном рентом. Све наведене врсте ренте имају мање-више своје специфичности.⁶³⁾

Износ ренте одређују два основна фактора. Прво, то је цена или продајна вредност природног добра – у случају индивидуалне својине (физичког или правног лица). И друго, то су пре свега трошкови одржавања, уређења и унапређења тог добра, као и унапређења делатности – у случају јавне или друштвене својине.

Према теорији радне вредности, земља нема вредност јер није производ људског рада. Међутим, она има своју цену. Цена земље проистиче из следећег: из њених употребних својстава, из ограничености и запоседнутости, као и из установљене могућности куповине и продаје. Формира се на тржишту под утицајем понуде и тражње, где извесну улогу може имати и држава. Продајна вредност земљишта ван промета одређује се према цени земљишта које се налази у промету тј. које је предмет куповине и продаје.

Власник који изнајмљује земљиште тражи закупнину у висини камате коју би добио када би извршио пласман његове вредности у облику зајма. Према томе, рента (Р) се израчунава применом банкарске каматне стопе (%К), карактеристичне за период закупа, на цену односно продајну вредност

63) Види више о наведеним врстама ренте, В. Серјевић: *Основи економије*, СКЦ, Ниш, 2002, стр. 162 – 176.

земљишта које се даје у закуп (Ц, ПВ):

$$P = \frac{Ц, ПВ \times \%K}{100}.$$

У случају јавне односно друштвене својине, рента се одређује према трошковима и издацима неопходним за одржавање, уређење и унапређење природног добра, као и унапређење његове употребе. То су друштвено прихватљиви трошкови и издаци на датом степену развоја једне земље.

Рента може имати више делова. На пример, приликом добијања концесије за коришћење једног добра купац прво плаћа одређену накнаду у паушалном износу. Касније, током коришћења, он плаћа и сукцесивну накнаду према обиму експлоатације. Овде, даље, претпостављамо да се рента састоји само из једног дела.

У случају индивидуалне својине и закупа, рента се јавља у облику закупнине – у целини или делимично. Ако је предмет закупа природно добро на коме нема привредних добара (као што је нпр. пољопривредно земљиште), закупнина и рента су једнаке: $Z = P$. Међутим, ако се на природном добру налази и неко привредно добро, као нпр. грађевински објекат, рента се јавља само као један од елемената закупнине: $Z = (НИ + АМ + ТИО) + P$. (Елементи закупнине наведени у загради односе се на привредно добро.)

Износ ренте се опорезује. У управо наведеном обрасцу закупнине опорезују се њен први и задњи елемент. То јест, опорезује се износ закупнине умањен за амортизацију и трошкове инвестиционог одржавања.

(2) Два основна аналитичка облика ренте јесу: апсолутна (АР) и диференцијална или додајна рента (ДР).

Апсолутна рента (АР) је минимални износ ренте који доноси једно природно добро. На пример, када је реч о земљишту, то је износ ренте који добија власник најлошијег земљишта које се даје у закуп. Може се израчунати на основу закупљене површине (ЗП) и минималног износа ренте (мин. р) – од пољопривредног, грађевинског или другог земљишта – који се плаћа у стварности по јединици површине: $АР = ЗП \times \text{мин. р}$.

Ако једно природно добро доноси додајну корист закупцу-кориснику – остваривање већег приноса, ниже трошкове или већи стандард у случају личне потрошње – онда је и његова закупнина већа. Поред апсолутне, оно доноси закуподавцу и додајни износ ренте који је познат под именом диференцијална, додајна или монополска рента (ДР). Према томе, у овом случају закупнина или рента је збир апсолутне и диференцијалне ренте: $Z, P = АР + ДР$. (Диференцијална рента је разлика између укупног износа ренте, који се плаћа по уговору о закупу, и апсолутне ренте.)

Диференцијална рента резултат је бољег квалитета природног добра, тј. извесних употребних као и других особина које нису својствене сваком природном добру једне врсте. На пример, када је реч о пољопривредном земљишту то су: већа плодност, могућност наводњавања, мања удаљеност која пружа могућност остваривања нижих транспортних трошкова, боља конфигурација терена која омогућава лакшу и бржу обраду, положај и састав земљишта на коме се добијају производи специфичног квалитета и друга. Док, код грађевинског земљишта то је његова повољнија локација.

Субјекти у области привреде који у обављању делатности користе боља природна добра имају могућност остваривања додајног односно монополског профита. А субјекти који користе таква добра у потрошњи (нпр. станове на повољнијој локацији), имају већи стандард. Утврђивање и наплата диференцијалне ренте у функцији је њиховог довођења у једнак положај са осталим субјектима.

4. Приноси и њихова капитализација

(1) *Принос* је увећање имовине која се користи у области производње или промета, или која се даје на коришћење другима. То је доходак који се може потрошити, а да се износ имовине не умањи. Може се рећи да је принос реализована вредност власништва над имовином. Имовина која се не употребљава у наведеном смислу, где нема реализације власништва над њом – не доноси власнику принос.

Све врсте приноса (добитак, камату, дивиденду и закупнину) могуће је поделити на несигурне и сигурне. У несигурне сврставамо добитак и дивиденду. Они се остварују уз пословни ризик. Међутим, сигурни се утврђују уговором (камата и закупнина), па се ризик може занемарити. Ове приносе корисник сигурно остварује – било да их дужник добровољно дозначује према одредбама уговора или их дозначује на основу судске присиле, било да их наплаћује путем осигурања од осигуравајућих организација.

Очекивани износ несигурног приноса у наредној години утврђује се на основу интерполираног (на бази тренда израчунатог) приноса и кретања пословне сигурности у тој години ($\kappa_{\text{кпс}}$):

$$\text{очекивани принос} = \text{интерполирани принос} \times \kappa_{\text{кпс}}$$

Интерполирани принос се израчунава према условима остваривања у протеклом периоду, задњих година. На пример, ако је сада износ предујмљеног капитала у једном предузећу 100.000, и ако је оно задње три године остваривало у просеку годишње профит по стопи од 20% - онда ће интерполирани износ профита у наредној години бити 20.000. Или, ако је (ревало-

ризована) књиговодствена вредност једне акције 1.000, и ако је она задње три године власнику доносила дивиденду по просечној стопи од 15% - онда интерполирана дивиденда за ову акцију у наредној години износи 150. Овако утврђени интерполирани износ приноса у наредном периоду треба кориговати коефицијентом кретања пословне сигурности у тој години ($\kappa_{\text{кпс}}$).

(2) Предузеће на тржишту може остварити добитак или губитак. Према томе, оно је у пословању изложено извесном ризику. Пословна сигурност предузећа сагледава се у одређеном периоду преко пословне сигурности у његовој бранши (делатности), која се може израчунати према обрасцу:

$$\kappa_{\text{пс}} = \frac{\text{остварени профити}}{\text{остварени профити} + \text{остварени губици}}$$

Реч је овде о пословној сигурности у условима синтетичког ризика, тј. у условима свих врста ризика који су били присутни у стварности у периоду за који се она утврђује. Наведене величине у бројиоцу и имениоцу односе се на браншу (делатност/и) предузећа. Пошто мање-више увек има и предузећа која послују са губитком, коефицијент пословне сигурности ($\kappa_{\text{пс}}$) је углавном мањи од јединице.

Пословна сигурност у наредном периоду може се утврдити према истом обрасцу. С тим, што ће се уместо стварних узимати очекивани износи. Упоредивањем пословне сигурности следеће и ове године израчунавамо коефицијент кретања пословне сигурности у наредној години ($\kappa_{\text{кпс}}$):

$$\kappa_{\text{кпс}} = (\kappa_{\text{пс}})_1 / (\kappa_{\text{пс}})_0.$$

Ако је јединица израз потпуне пословне сигурности (апсолутне сигурности остваривања профита), онда пословна сигурност предузећа има свој израз у коефицијенту мање вредности. Разлика између јединице и вредности коефицијента пословне сигурности предузећа ($\kappa_{\text{пс}}$) јесте вредност коефицијента његовог пословног ризика ($\kappa_{\text{пр}}$). Дакле, имамо овде да је:

$$\kappa_{\text{пр}} = 1 - \kappa_{\text{пс}}.$$

Често се каже да је пословни ризик углавном сразмеран висини профитне стопе.⁶⁴⁾ Чини се, ипак, да ова констатација заслужује преиспитивање. Данас су нови пројекти предузећа у великој мери тржишно прилагођени,

64) „Што је већа производност или ефикасност неке варијанте, то је, по правилу, већа неизвесност повезана с њом.“

Исто (59), стр. 80.

а највећи и најсигурнији профити остварују се у областима које нису свима доступне (због недостатка средстава за истраживање и развој, недостатка знања и инвентивности у раду и слично).

(3) *Капитализација приноса* јесте израчунавање вредности имовине (ТВИ) која одбацује одређену, дату, врсту приноса. Овде је познат само износ приноса. А ради се о утврђивању колико вреди на тржишту извесна могућност остваривања или право на добијање тог приноса.

Врши се само капитализација несигурних приноса. То су пре свега профит и дивиденда. Општи образац њихове капитализације гласи:

$$\text{ТВИ} = \frac{\text{очекивани принос}}{\text{карактеристична стопа капитализације}}$$

Симбол ТВИ означава тржишну вредност капитала или тржишну вредност акције, зависно од врсте приноса. Ове вредности представљају полазне основе утврђивања продајних вредности поменутих врста имовине, тј. капитала односно акције.

Како се утврђује очекивани принос (очекивани износ профита и очекивани износ дивиденде) показали смо у првом делу овог наслова.

Карактеристична стопа капитализације одређена је стопом по којој се остварује дата врста приноса. У случају профита то је профитна стопа, а у случају дивиденде дивидендна стопа. Реч је о стопама које се остварују као просечне величине у неколико задњих година (на пример, задње три године). Стопа капитализације је количник стопе приноса и броја 100.

Што се тиче закупнине, где је нпр. предмет закупа производна опрема, она се капитализује према обрасцу:

$$\text{ТВИ} = \frac{\text{закупнина} - (\text{амортизација} + \text{трошкови инвест. одржавања})}{\text{каматна стопа на орочене новчане депозите за период који се подудара са временом закупа} / 100}$$

Где је: ТВИ – тржишна вредност имовине дате у закуп.

Капитализација камате се не врши јер је износ зајма тј. главнице познат и наведен у уговору о кредиту.

Ако зајмопримац трајно западне у тешкоће и буде неспособан да врати кредит, зајмодавац може своје потраживање продати на тржишту да би тако лакше дошао до средстава. Наравно, он овде не добија његов пуни износ. Тржишна вредност потраживања које износи на продају мања је од његове стварне или књиговодствене вредности. У овом случају није реч о

капитализацији камате као приноса, већ је реч о специфичном одређивању тржишне вредности потраживања по основу зајма. Она се може израчунати према следећем обрасцу:

$$\text{ТВПЗ} = \frac{\text{ПЗ}}{(1 + \kappa)^n} - \text{ТН}, \quad \text{где је: } \kappa = \% \kappa / 100.$$

Овде су: ТВПЗ – тржишна вредност потраживања по основу зајма; ПЗ – стварни износ потраживања по основу зајма; n – време (у годинама) од момента продаје ПЗ до очекиваног момента његове стварне наплате; $\% \kappa$ – каматна стопа на орочене новчане депозите за период који одговара том времену (за период од n година); ТН – трошкови наплате ПЗ.

Реч је овде о умањењу износа ПЗ путем дисконтовања, као и за трошкове његове наплате.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Имовина; 2. Материјално богатство; 3. Трошкови имовине; 4. Капитални добитак и капитални губитак; 5. Приноси од имовине, дохотци по основу власништва; 6. Зајам; 7. Зајмодавац; 8. Зајмопримац; 9. Новчани зајмови; 10. Зајам у роби, робни кредит; 11. Каматоносне хартије од вредности; 12. Меница; 13. Камата; 14. Акционари; 15. Акције или деонице; 16. Дивиденда; 17. Дивидендна маса; 18. Дивидендна стопа; 19. Закуп; 20. Закуподавац; 21. Закупац; 22. Закупнина; 23. Рента; 24. Апсолутна рента; 25. Диференцијална рента; 26. Пословни ризик; 27. Пословна сигурност; 28. Капитализација приноса; 29. Стопа капитализације.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Шта је то основна, а шта резервна имовина? И, које су њихове основне функције?
2. Шта чини укупне трошкове држања имовине, а шта алтернативу овим трошковима (или тзв. опортунитетне трошкове имовине)?
3. Наведи основне елементе или врсте трошкова држања имовине!
4. Како би требало утврђивати износ капиталног добитка? Напиши образац!
5. Из којих разлога је принос од имовине нужен, па га не треба ограничавати и онемогућавати?
6. Који су основни облици дохотка по основу власништва?
7. Наведи основне врсте зајмова који се дају у новчаном облику!
8. Које су најчешће врсте краткорочних и дугорочних каматоносних хартија од вредности?
9. Шта знаш о јемству у вези одобравања зајма?
10. Какав је однос камате и профита?
11. Наведи основна права акционара!
12. Које су најчешће врсте акција?
13. Шта утиче на кретање књиговодствене вредности и цене акција?
14. Какав је однос дивиденде и профита?
15. Које су две основне врсте манипулација (смицалица) са акционарским капиталом?
16. Чему води тзв. деконцентрација или разводњавање капитала, и како се ова појава онемогућава у стварности?
17. Који су основни елементи закупнине?

18. Како се може утврдити нето износ закупнине?
19. Какав је однос закупнине и ренте?
20. Која су два најважнија основа утврђивања износа ренте?
21. Како (којим образцем) се може утврдити износ апсолутне ренте, а како диференцијалне?
22. Који су основи утврђивања диференцијалне ренте – код пољопривредног земљишта и код грађевинског земљишта?
23. Зашто постоји потреба или нужност утврђивања и наплате диференцијалне ренте?
24. Како се израчунава очекивани износ несигурног приноса у наредној години?
25. Шта је и како се утврђује интерполирани износ несигурног приноса у наредној години?
26. Како се утврђује коефицијент кретања пословне сигурности у наредном периоду односно години?
27. Која је сврха капитализације, и шта она пружа?
28. Напиши образац за израчунавање тржишне вредности имовине дате у закуп ради добијања закупнине!
29. Према ком образцу, односно на који начин, се може израчунати тржишна вредност потраживања по основу зајма?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Стварни месечни трошкови држања једног локала у својини износе 150. Његова тржишна вредност је 50.000, а годишња каматна стопа 4%. *Оцени да ли се исплати држати овај локал у својини ако је годишњи износ закупнине за приближно исти локал 3.200!*
2. *Израчунај износ капиталног добитка за једну зграду, ако су у року прописаном за његово утврђивање: набавна вредност зграде 20.000, продајна вредност 26.000 и стопа инфлације од момента набавке до момента продаје 25%!*
3. Предузеће је у току пословне године остварило профит од 200.000. Донета је одлука да се $\frac{2}{3}$ његовог износа подели акционарима на име дивиденде. Ревалоризована номинална вредност акција предузећа је 1.000.000. *Израчунај дивиденду стопу!*
4. Дивидендна стопа је 16%. *Израчунај износ дивиденде за 5 акција, и по акцији, ако је сума њихове ревалоризоване књиговодствене вредности 10.000!*
5. Предмет закупа је магацин чија је тржишна вредност 100.000. Време закупа је 6 месеца. *Израчунај одговарајући износ закупнине, ако су: ка-*

матна стопа за орочене новчане депозите на 6 месеца 5%, годишњи износ амортизације 200 и трошкови инвестиционог одржавања 1.000 (које се врши сваке друге године).

6. Постоји намера давања земље у закуп на 2 године. *Израчунај одговарајући износ ренте* ако је цена овог земљишта 10.000, а банкарска каматна стопа за пласман на тај период 8%!

7. Закупнина за 5 хектара обрадивог земљишта износи 25.000. *Израчунај износ апсолутне ренте*, ако је закуп за најлошије пољопривредно земљиште 3.000 по хектару! *Израчунај који део закупнине представља диференцијалну ренту!*

8. Остварени профити у једној грани су 90.000, а остварени губици 40.000. *Израчунај коефицијент пословне сигурности и коефицијент пословног ризика предузећа која послују у тој делатности!*

9. *Путем капитализације, израчунај тржишну вредност акције* – ако она може донети дивиденду од 100 и ако је карактеристична дивидендна стопа 15%!

10. *Израчунај тржишну вредност потраживања по основу зајма*, ако су: износ потраживања по основу зајма 3.000, карактеристична каматна стопа 10% (од момента продаје до очекиваног момента наплате потраживања, тј. за период од 2 године) и очекивани трошкови наплате 400!

Глава IV
ДОХОТЦИ ПО ОСНОВУ ВЛАСНИШТВА
И ЊИХОВА КАПИТАЛИЗАЦИЈА

РЕЗИМЕ

1. Раст производне способности радника омогућава повећање реалних зарада, те потрошње и богатства појединаца. Јавља се, при томе, вишак њихове имовине. Вишкови капацитета и слободна новчана средства у облику салда на рачунима постоје и код правних лица.

Дакле, имовина која се налази код физичких и правних лица може се поделити на основну и резервну.

Основна служи обављању одређених делатности или задовољавању потреба појединаца. Упоредивањем укупних трошкова држања имовине и закупнине као опортунитетног трошка физичка и правна лица доносе одлуку о начину набавке. То јест, доносе одлуку о томе да ли ће поједине елементе ове имовни куповати или узимати у закуп.

Резервна имовина је објективно нужна. Има вишеструку намену и улогу – како у обављању различитих делатности, тако и у потрошњи људи. У значајној мери, мора се користити за остваривање доходака по основу власништва (путем различитих облика екстерног ангажовања).

2. Камата је доходак који се остварује на основу зајма. Представља накнаду за коришћење позајмљене вредности (употребне вредности новца) у одређеном року. Предмети зајма су новац и роба одређене вредности. Обезбеђење зајма врши се на основу јемства, које има више облика. (Сигурност остваривања камате и повраћаја позајмљене вредности заснива се и на ефикасној употреби зајма.)

3. Инвестирање у куповину акција доноси дивиденду. У акционарским предузећима део оствареног профита дели се акционарима. Тај део профита назива се дивидендном масом. Процентуални однос ове масе и ревалоризоване књиговодствене вредности емитованих и продатих акција предузећа јесте дивидендна стопа. Дивиденда једног акционара утврђује се на основу ревалоризоване књиговодствене вредности акција које поседује и дивидендне стопе (или стопа, ако поседује акције више предузећа).

Поред права на дивиденду, акционари имају и друга права: право на учешће у управљању предузећем, право прече куповине акција из нове емисије и право на учешће у расподели ликвидационе масе.

Акције се купују и ради очувања имовине од инфлационе ерозије.

Продајом акција, на берзи или на неорганизованом и полуорганизованом тржишту, могу се остварити капитална и шпекулативна добит.

Ради заштите акционара и у циљу економске стабилности, шпекулације са акционарским капиталом се онемогућавају а нарочито појава тзв. разводњавања капитала и остваривања оснивачке и емисионе добити.

4. Изнајмљивањем имовине остварује се доходак у облику закупнине. Треба правити разлику између њеног бруто и нето износа. Поред нето износа, чине је и извесни трошкови о којима брине закуподавац, тј. који падају на његов терет.

Закупнина код изнајмљивања природних добара назива се рентом. Али, мора се имати у виду и могућа разлика. Поред ренте, закупнина природних добара често обухвата и елементе закупнине привредних добара (када се ова налазе на закупљеним површинама). Рента може бити апсолутна и диференцијална.

5. Дохоци по основу власништва не остварују се уз исти степен сигурности. Профит и дивиденда остварују се уз значајан ризик на тржишту. У вези с тим, јавља се потреба мерења пословне сигурности и пословног ризика, као и њиховог кретања у времену.

Капитализацијом приноса утврђује се тржишна вредност имовине која одбацује односно доноси једну врсту приноса (дохотка). Она, даље, представља основу утврђивања њене продајне вредности или цене. Свака врста дохотка има своју карактеристичну стопу капитализације.

Глава V

РАДНИЦИ И ЗАРАДЕ РАДНИКА

1. Радна снага, вредност и цена радне снаге

Радна снага је скуп човекових физичких и умних способности које он може изнајмљивати ради остваривања накнаде у облику зараде. Лице које изнајмљује своју радну снагу назива се радником. Радна снага је производни ресурс који има карактер робе, али специфичне врсте. Може се говорити о њеној употребној вредности, вредности, као и цени.

Приликом изнајмљивања послодавац добија право да је користи у одређеном времену, а радник као накнаду добија најамнину (тј. зараду). У том времену, она се троши и испољава као (текући) рад. Његово својство је да се опредмеђује,⁶⁵⁾ односно да у садејству са осталим ангажованим ресурсима ствара предмете размене (робну масу). Управо је то суштина употребне вредности радне снаге за оног ко је купује.

Вредност радне снаге у једној земљи одређена је вредношћу средстава за живот. Реч је о средствима која радник троши да би обезбедио своју егзистенцију и репродукцију. Конкретније, одређују је три основна фактора.

Прво, минимум егзистенције радника.⁶⁶⁾ Тај минимум обезбеђују средства која су неопходна: 1) да радник стекне општа и стручна знања која представљају основу за обављање једноставнијих послова и за даље обучавање; 2) да се одржавају његов живот и његова радна способност; 3) да се он репродукује, што значи да се рачунају и средства за живот радникове породице; као и 4) да се задовољавају његове основне потребе након губитка радне способности.⁶⁷⁾ На потребе које одређују минимум егзистенције радника у једној земљи утичу конкретни природни и друштвени услови живота

65) „За време процеса рада рад се непрекидно преобраћа из облика немира у облик стања, из облика кретања у облик предметности.“

Види, Карл Маркс: *Капитал I*, Просвета, Београд, 1977, стр. 173.

66) Неки економисти, као на пример Александер Бајт, наводе да се он састоји из физиолошког и културног минимума. Види, Исто (59), стр. 264.

67) Вредност тих средстава издваја се у посебан фонд. Радник их добија када изгуби радну способност, односно када испуни одређени радни стаж.

и рада људи, као и њиховог развоја.

Друго, трошкови обучавања радника за обављање сложенијих и креативних послова. Ови трошкови израз су додајне потрошње приликом стицања веће квалификације. Они се надокнађују раднику преко најамнине коју добија продајући своју радну снагу, током његовог радног века.

И треће, степен развоја производних снага, који се изражава у степenu продуктивности рада. Већа продуктивност рада значи већу производну способност радника, тј. већу производњу. А већа производња, да би могла бити реализована, захтева и већу потрошњу.

Зарада индивидуалног радника је новчана сума која се добија у стварности приликом купо-продаје његове радне снаге. Она је израз њене продајне цене. Просечна зарада за дату врсту радне снаге, за рад одређене врсте радника, израз је њене тржишне цене (исто, као и у случају робе уопште). Код приказа тржишта радне снаге говори се посебно о просечној заради, као величини која се односи на све запослене раднике.

Радна снага је специфична роба из два основна разлога. Прво, зато што је радник у значајној мери и субјекат производње (учествује у управљању). И друго, јер њена вредност има тенденцију повећања (под утицајем раста продуктивности рада и потребе ширења тржишта).

2. Радно време и запосленост радника

(1) Радник изнајмљује своју радну снагу на одређено време у току године. У том времену мора да ради, па се оно назива фондом радног времена. У једној земљи, његово трајање се утврђује у току дана, недеље и године. Такође, утврђују се и дани трајања годишњег одмора, као и нерадни дани за време празника и у другим случајевима.

У доба мануфактурне робне производње у капитализму, радни дан је трајао више од 12 часова. Са машинском и индустријском револуцијом – током друге половине 18. и почетком 19. века – створен је основни услов за скраћивање радног времена. Он се огледао у повећању техничке опремљености и продуктивности рада. Но, до почетка његовог скраћивања долази под утицајем захтева и борбе радничке класе. На пример, у Енглеској је процес скраћивања радног дана почео у првој половини 19. века, са доношењем тзв. фабричких закона. Наиме, 1833. године радни дан је ограничен на 12, а 1848. године на 10 часова – али само за одређене категорије радника (за лица до 18 година и за жене). Општи раднички конгрес у Балтимору 1866. године поставља захтев да радни дан у свим државама Америчке Уније буде 8 часова. Исте године, Међународни раднички конгрес (Конгрес Прве интернационале у Женеви) такође поставља захтев за осмочасовним радним даном.⁶⁸⁾ У 20. веку ови захтеви су испуњени.

У највећем броју земаља, данас је радно време сведено на 40 часова недељно. Доњу границу дужине радног дана и радног времена представљају, чини се, шесточасовни радни дан и тридесетшесточасовна радна недеља. Ова дужина радног времена могла би да обезбеди тзв. економско ослобођење рада; да обезбеди егзистенцију радницима где ће им рад бити потреба и задовољство, а не напор и израбљивање.

(2) О запослености и незапослености радне снаге може се говорити и на нивоу предузећа. Али, ове појаве се не утврђују на исти начин као на нивоу привреде и једне земље. Висока запосленост радника у предузећу може се остваривати и у време значајне незапослености у привреди или једној земљи. И супротно, значајна незапосленост радника у предузећу може се јавити у време високе запослености на макро нивоу.

Незапосленост радне снаге у предузећу произилази из незапослености ангажованих средстава за рад. Разликујемо овде расположиви и искоришћени капацитет ових средстава. Стопроцентно коришћење расположивих капацитета се не остварује, с обзиром да мање-више постоји њихов вишак. Реч је овде о резервном капацитету. Он постоји због тога што се приликом изградње и реконструкције привредних објеката инсталира капацитет (у изразу производног учинка средстава за рад) већи од оног који је потребан у време активирања тих објеката. Резервни капацитет у функцији је искоришћавања појава повољних, натпросечних, могућности за повећање обима делатности у будућем периоду.

Однос искоришћених и расположивих капацитета средстава за рад указује на степен њихове запослености. То може бити основа и оквир за утврђивање запослености и радне снаге. Рецимо, однос стварног и потенцијалног броја запослених (потенцијалног, тј. броја запослених у случају потпуног коришћења расположивих капацитета) указује на степен запослености радне снаге у оквиру предузећа.

На основу броја запослених радника у предузећу може се утврдити њихов годишњи фонд ефективних часова рада. У случају неконјунктуре и поремећаја на тржишту предузеће смањује обим активности. Ако се не врши отпуштање запослених радника, они ће радити мање. То јест, њихов стварни број ефективних часова рада биће мањи од могућег, планираног. Дакле, однос оствареног броја ефективних часова рада радника и њиховог планираног броја ефективних часова рада при нормалном одвијању репродукције може се користити као показатељ степена запослености радне снаге. Овај показатељ има приоритетни значај; у случају појаве незапослености, он указује на потребу хитне реакције пословодних органа у правцу превазилажења ограничења која се јављају на тржишту.

68) Види о скраћивању радног дана, Исто (65), глава VIII.

3. Продуктивност рада

Продуктивност рада је показатељ производне ефикасности рада као фактора производње. Може се, у предузећу, говорити о просечној (ПР) и граничној (ГПР) продуктивности рада. На просечну продуктивност указује однос вредности остварене производње и броја запослених радника или броја остварених ефективних часова рада ($ПР = П/Р = П/ЕЧР$). А на граничну, однос додајне вредности остварене производње и додајног броја запослених радника или додајног броја остварених ефективних часова рада ($ГПР = \Delta П/\Delta Р = \Delta П/\Delta ЕЧР$).

Повећање улагања рада у предузећу оправдано је све док резултира у повећању његове просечне продуктивности. Чим просечна продуктивност почне да опада, ниво улагања рада треба зауставити. Дакле, највећа просечна продуктивност рада указује на оптимални ниво улагања радне снаге, на оптималну запосленост.

На оптимални ниво уложеног рада указује и однос граничне и просечне продуктивности. Све док је гранична продуктивност већа од просечне ($ГПР > ПР$), просечна расте па је оправдано додајно улагање рада. Када дође до њиховог изједначавања ($ГПР = ПР$), просечна продуктивност рада достиже свој максимум и при томе имамо оптималну запосленост. Даље улагање рада резултира у мањем износу граничне ($ГПР < ПР$), а тиме и у опадању просечне продуктивности.

Овде смо, у приказу, претпоставили дату капиталну опремљеност рада и дате могућности реализације на тржишту. Повећање капиталне опремљености и организационе промене могу довести до раста просечне продуктивности рада. Исти ефекат могу имати и бољи услови продаје, пре свега повећање цена. (Док, лошији услови продаје, могу имати супротан ефекат.)

Продуктивност рада није иста у свим делатностима. И то, из објективних разлога, а пре свега због неједнакости: капиталне опремљености рада, техничко-технолошких поступака који се користе у обављању делатности, као и односа понуде и тражње и могућности реализације на тржишту. Она није иста ни у свим предузећима у оквиру једне делатности, али углавном из субјективних разлога. Реч је о њиховим индивидуалним способностима да врше економију рада. Предузећа која остварују највећу тј. натпросечну продуктивност рада у делатности, имају бољи економски положај у конкуренцији.

Посебно питање у вези продуктивности рада је њена динамика. Може се говорити о стопи повећања продуктивности рада у једној земљи (као о општој стопи), о стопи по којој се она повећава у једној делатности или грани, као и о стопи њеног повећања у једном предузећу. Повећање продуктив-

ности рада на нивоу једне земље води друштвено-економском развоју. Под претпостављеним условима развоја, могуће је извршити прорачун времена потребног за програмирано повећање развијености једне земље.⁶⁹⁾

Нарочито у затвореној привреди, када је стопа раста продуктивности рада у једној делатности виша од опште стопе, долази до промене паритета цена односно до појефтињења производа из ове делатности. (То је посебно видљиво код тзв. нових производа.) И супротно, када је стопа раста продуктивности рада у једној делатности нижа.

Предузеће тежи остваривању што више стопе продуктивности рада. Ако има натпросечну стопу у оквиру једне делатности, оно се налази у бољем економском положају. То јест, има бољи положај у конкуренцији. Када се ниво зарада у земљи повећава у мери пораста опште стопе продуктивности рада, предузеће мора да тежи повећању продуктивности рада (просечно као у делатности односно грани где припада) како би могло да опстане са таквим увећањем зарада и трошкова радне снаге.

4. Минималне и стварне зараде радника

Минимална зарада (МЗ) у функцији је заштите радника приликом изнајмљивања њихове радне снаге. То је загарантована зарада за извршени рад у одређеном времену, тј. периоду за који се врши исплата зарада (недељно, двонедељно или месечно). Она раднику обезбеђује извесну социјалну сигурност. Конкретније, обезбеђује му изванредан доходак са којим може рачунати приликом задовољавања својих основних потреба. Обезбеђивање социјалне сигурности радника значи обезбеђивање минимума његове егзистенције.

У нашој земљи, минимална зарада изражава се преко тзв. минималне цене рада (МЦР), која се одређује по радном часу. Дакле, минимална зарада јесте умножак минималне цене рада и законом прописаног радног времена у одређеном периоду. На пример, ако је минимална цена рада 150 динара, а радна недеља 40 часова, онда је недељна минимална зарада 6.000 динара (150×40), двонедељна 12.000 динара (150×80), а месечна 26.100 динара (150×174). Месечна минимална зарада се израчунава према обрасцу: $\{(МЦР) \times (РН) \times (365/7) / 12\}$; где је: РН – радна недеља, прописано недељно радно време (најчешће, 40 часова).

Радник има право на пуни износ минималне зараде само ако је остварио законом прописани фонд радних часова у периоду за који се она исплаћује. Ако у том периоду не успе да оствари прописани фонд часова рада, имаће право једино на одговарајући део ове зараде. Овај фонд радних часова он не мора остваривати код једног послодавца, може га остваривати код два

69) Види, Исто (26), стр. 141, 142.

па и више послодаваца. Минимална зарада не важи за додајни број часова рада, изнад законом прописаног радног времена.

Законом се прописују случајеви у којима радник има право на накнаде (минималне) зараде – за време одређених празника, годишњег одмора, одсуства због боловања итд.

Минимална цена рада се утврђује у нето износу. Управо таква (нето), она гарантује раднику минималну зараду као дату и експлицитну величину, што је исправно јер се односи пре свега на раднике и на цену њихове радне снаге. Међутим, неопходно је да њен бруто износ гарантује дату величину и послодавцима на страни трошкова. Због тога се минимална цена рада у нето износу мора утврђивати и гарантовати уз стабилне, непроменљиве, услове привређивања у погледу пореза и доприноса на зараде.

Износ минималне цене рада требало би да се утврђује у преговорима између представника радника, послодаваца и државе. Конкретно, у нашој земљи, утврђује се (као предлог извршној власти) у оквиру Социјално-економског савета, у коме све стране имају подједнак број чланова. Преговори се врше пре свега између репрезентативних представника радника и послодаваца. Док, Социјално-економски савет има више улогу да подстиче колективно договарање и усклађивање интереса радника и послодаваца са циљевима и мерама економске политике.

Минималну цену рада одређује већи број детерминанти. Управо због тога, она мора бити аналитички детерминисана. У вези њеног утврђивања у нашој земљи, наводе се следеће полазне основе:⁷⁰ егзистенцијалне и социјалне потребе запосленог и његове породице изражене кроз вредност минималне потрошачке корпе; кретања стопе запослености; стопа раста домаћег бруто производа; кретања потрошачких цена; кретања продуктивности рада; као и кретања просечне зараде у Републици Србији.

Када је реч о минималној цени рада као датој величини у одређеном периоду (од 6 или 12 месеца), релевантни основи њеног утврђивања су пре свега – вредност минималне потрошачке корпе (по часу), степен привредног и друштвеног развоја, као и макроекономски и развојни циљеви којима се тежи у том периоду. Утврђује се као величина од заједничког интереса. То јест, интереса радника, послодаваца, као и државе (која брине о стабилности и развоју у земљи).

Битан основ је и њена величина у протеклом периоду. Пошто има тенденцију раста, те пошто има значајно нижи износ од стварне цене рада, утврђује се у већем износу од оног из протеклог периода. Може се рећи да је у одсуству општих и врло тешких природних непогода, као и револуционар-

70) Види: став 3, чл. 112. Закона о раду; Сл. Гласник РС, бр. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/20013. и 75/20014.

них промена у друштвено-економском развоју, минимална цена рада нееластична наниже.

Вредност минималне потрошачке корпе (по сату) је најзначајнија детерминанта утврђивања минималне цене рада као дате величине. Она указује на најнижи износ ове величине у датим условима једне земље. Остале управо наведене детерминанте указују на њен додајни износ, на могућности и потребе утврђивања на вишем нивоу.

На степен развијености једне земље указује износ домаћег бруто производа по становнику, који остварује. Показатељ може бити и продуктивност рада – по раднику, као и по радном часу. Што је земља развијенија, то је у њој већа и минимална цена рада. При томе, морају се имати у виду и трошкови живота односно куповна моћ новца. У развијеним земљама живот је скупљи. Тако, ако је однос између највише и најниже минималне цене рада у номиналном износу 1 : 10 – у две земље, једне на врху а друге при дну лествице према степену развијености – према куповној моћи он је значајно (око два пута) мањи.

(2) Зараде које се исплаћују радницима за извршени рад у одређеном периоду називамо стварним зарадама. Разликујемо појединачне и просечну зараду код једног послодавца, као и у извесној делатности. Такође, и просечну зараду у једној земљи.

Полазна основа стварне зараде је основна зарада која се утврђује посебним колективним уговором или колективним уговором код послодавца. (Њен износ не може бити нижи од минималне зараде.) Ако нема поменутих уговора, до њиховог закључивања важи правилник о раду (који мора једнострано да утврди послодавац).

За већину радника, величину стварне зараде, поред њеног основног износа, чини и – додајни варијабилни део, који се добија по више основа. Најпре, добија се по основу сложености, одговорности и услова рада, као и стручне спреме. Затим, и по основу доприноса пословном успеху послодавца. То јест, доприноса обиму, квалитету и вредности оствареног учинка. Стварна зарада појединачног радника утврђује се уговором о раду.

На износ стварне зараде утиче и обим извршеног рада, односно број остварених радних часова.

Радник има право на накнаде зараде у прописаним, договореним, случајевима (за време празника, годишњег одмора, боловања итд.).

Стварне зараде и њихов просечни износ разликују се између појединих делатности, као и појединих послодаваца у оквиру једне делатности. Оне су више у конјунктурнијим делатностима. Затим, више су код послодавца који имају већу конкурентну способност, када је реч о једној делатности. У области привреде, најчешће су више у непроизводним делатностима (посебно, у области робног и новчаног промета).

Зараде су више и у непривредним делатностима. О томе се мора посебно водити рачуна, с обзиром да чине део јавне односно буџетске потрошње. Мора се водити политика извесног усклађивања зарада у овим делатностима са зарадама радника у области привреде. Исто тако, и политика извесног усклађивања зарада у јавном и приватном сектору привреде. Поменуто усклађивање зарада води уједначавању положаја радника на тржишту рада.

(3) Минималне и стварне зараде приказали смо овде полазећи од стварности у нашој земљи. Али, не толико са аспекта правне регулативе. Него, пре свега, као економске појаве и величине, са аспекта остваривања и расподеле домаћег бруто производа, као и друштвено-економског развоја. Њихово конципирање и остваривање није исто у свим земљама. Постоје мање-више разлике, које се морају имати у виду. И то, због развоја привредног и друштвеног живота, односно сталне нужности његове оптимализације.

У већем броју земаља минимална зарада се утврђује универзално, тј. у износу који важи за све делатности. Има и земаља где се утврђује по секторима или гранама. Може се рећи да постоји тенденција преласка на универзални систем. Исто тако, јављају се и размишљања о универзалном утврђивању минималне зараде за групу земаља (у оквиру ЕУ).

Утврђивање минималне зараде врши се преко минималне цене рада (по часу). Или, највише, у највећем броју земаља, за одређени период у коме је уобичајена исплата зарада. И то, пре свега у бруто износу. Са правног аспекта, утврђује се углавном на три начина: законским путем; на основу трипартитних преговора између представника радника, послодаваца и државе; као и путем колективних уговора (у оквиру делатности). Законским путем утврђује се најчешће ако не дође до сагласности приликом преговора.

Што се тиче основа, минимална зарада у многим земљама везује се за просечне зараде. То јест, утврђује се у одређеном проценту од просечне зараде. Тамо где се не везује за просечне зараде уважавају се имплицитно или експлицитно и други основи.

Када је реч о односу минималне и просечне зараде, треба истаћи да је он у појединим земљама значајно различит – у једним значајно изнад, а у другим значајно испод 50 %.

Имплицитно, основи минималне зараде уважавају се у случајевима где се она аутоматски прилагођава одређеним економским индикаторима, углавном у вези – раста потрошачких цена и инфлације, кретања колективно уговорених зарада, као и пораста просечне зараде. У том процесу аутоматског прилагођавања, суштински основи минималне зараде временом се занемарују и губе. Тако зарада радника постаје чисто економска и тржишна категорија, а он све мање незаобилазни субјекат процеса рада.

О основима минималне зараде говори се експлицитно највише приликом њеног утврђивања у преговорима. Утолико више, односно садржајни-

је, у земљама где се ти преговори воде на што широј основи. То значи, још, уз консултације многих институција и академске јавности.

5. Динамика зарада радника

Зараде радника временом се мењају. Углавном долази до њиховог повећања. Често се истиче да су оне нееластичне наниже. Међутим, може се говорити и о повременој корекцији зарада наниже, као и о појави њиховог снижавања услед смањивања времена ангажовања радника.

Минимална цена рада се не смањује. И то, због присуства инфлације и тенденције повећања продуктивности рада.⁷¹⁾ Инфлација утиче на повећање вредности минималне потрошачке корпе. Са друге стране, повећање продуктивности рада намеће потребу увећања зарада како не би долазило до смањивања учешћа масе зарада у расподели домаћег бруто производа. Дакле, минимална цена рада има тенденцију повећања.

Управо се раст зарада јавља као врло значајан фактор развоја. Он спречава погоршавање положаја радника у друштву и појаву социјалне нестабилности. И, што је не мање важно, доприноси ширењу тржишта односно агрегатне тражње; тј. пружа врло значајну основу повећања обима привредне активности.

Повећање минималне цене рада требало би да резултира, и најчешће резултира, у повећању минималне зараде. Међутим, приликом изражене рецесије може резултирати и у извесном смањењу ове зараде. Ако не долази до отпуштања радника услед опадања обима привредне активности, него само до смањивања времена ангажовања запослених радника – минимална зарада се смањује, самим тим што радник не може да оствари број ефективних часова рада прописан законом. Наравно, ово важи у случају када је стварна зарада, из уговора о раду, утврђена на нивоу минималне зараде.

Када је реч о јавном сектору, друштвена потрошња повећава се у мери раста домаћег бруто производа. Међутим, то не значи да и стварне појединачне и просечна зарада радника у том сектору (ван привреде) треба да се повећавају у овој мери. Ван привреде, у овој мери треба да се повећавају зараде само у маси, а на то повећање у маси утичу два фактора – пораст просечне зараде и пораст броја запослених.

Са инфлацијом, у области привреде долази до повећања прихода и под утицајем повећања цена. Већи приход омогућава извесно повећање појединачних зарада запослених. Односно, резултира и у њиховом повећању.

71) Инфлација у мањој мери неопходна је из два основна разлога. Први је тзв. инфлациони порез који узима држава. Други разлог је привлачење штедних улога у банке и њихово коришћење за инвестиције. У случају инфлације, новчана средства код становништва се обезвређују. Обезвређивање се избегава њиховим улагањем у банке и наплатом камате.

Реч је о томе да се и запослени мотивишу и стимулишу у правцу максимирања прихода и профита предузећа.

Раст просечног износа стварних зарада у приватном и јавном сектору заснива се на управо поменутиим факторима – на инфлацији и повећању економије рада. Према томе, он указује да је потребно повећати и минималну цену рада. Намеће се овде питање – какав је однос између кретања просечне и минималне зараде?

У земљама где се износ минималне зараде израчунава на основу одређеног процента од просечне зараде, однос је функционалан. Процент промене минималне зараде једнак је проценту промене просечне зараде. Овакво одређивање и повећање минималне зараде није дугорочно у функцији остваривања јединства и просперитета у земљи. Она је овде више тржишна величина, недовољно суштински дефинисана и аналитички детерминисана. Просечна зарада формира се углавном на основу конкуренције и стања на тржишту. У овом случају, сигурно је да ће се временом учешће радника у расподели домаћег бруто производа смањивати. То значи да ће се интереси радника све више занемаривати, а њихов положај погоршавати. Када ова појава кулминира, може доћи до преврата и деструкције у развоју.

Тамо где се минимална зарада не везује за просечну зараду, промена просечне зараде у одређеној мери (рецимо, 5 до 10%) само је један од индикатора који показује да треба приступити корекцији минималне цене рада.

Минимална зарада значајно је нижа од просечне зараде, најчешће за око 50%. Ова разлика представља својеврсни амортизер који обезбеђује да минимална зарада не буде узрок погоршавања положаја привредних субјеката услед неповољних флукуација на тржишту. Такође, таква минимална зарада не угрожава ни пословање мање успешних (испод просечних) предузећа. Са друге стране, може се рећи да због тога (овакве разлике) она омогућава усмеравање свих релевантних субјеката у истом правцу – ка стабилности, повећању продуктивности рада и развоју.

На крају, треба указати и на појаве смањивања зарада радника.

До смањивања стварних зарада долази пре свега у предузећима која западају у финансијске тешкоће. То јест, у предузећима која послују на граници рентабилитета (са тзв. позитивном нулом), као и са извесним губитком. Њихово смањивање код појединих радника иде до нивоа минималних зарада. Свођење стварних на минималне зараде обично је временски ограничено.⁷²⁾ (Дугорочно је неодрживо.)

72) Рецимо, у нашој земљи, послодавац је дужан да утврди разлоге за доношење одлуке о увођењу минималне зараде (општим актом односно у уговору о раду). Такође, да после пола године од увођења минималне зараде извести репрезентативни синдикат о разлици за наставак исплате минималне зараде.

Види: став 3. и 4. Закона о раду; Исто (70).

Предузеће које смањује стварне зараде запослених погоршава свој положај у конкуренцији. Оно ризикује да остане без дела запослених. И то, без оних најпродуктивнијих и најкреативнијих радника, који ће запослење најлакше наћи код успешнијих послодаваца.

Уместо снижења стварних зарада, предузеће са финансијским тешкоћама може привремено да редукује обим делатности. У овом случају, ако нема отпуштања вишка запослених, смањује се време ангажовања радника (радно време). Запослени радници, са датом ценом рада (по часу) и краћим радним временом, остварују ниже зараде. И ово стање има привремени карактер. Или ће доћи до превазилажења финансијских тешкоћа, или до утврђивања и отпуштања вишка запослених.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Радник; 2. Радна снага; 3. Употребна вредност радне снаге; 4. Вредност радне снаге; 5. Зарада, најамнина; 6. Радно време; 7. Запосленост и незапосленост радне снаге; 8. Продуктивност рада; 9. Минимална цена рада; 10. Минимална зарада.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Наведи основне факторе вредности радне снаге!
2. Какву тенденцију има вредност радне снаге?
3. Какву тенденцију има радно време, и шта је омогућава?
4. Како се може утврдити запосленост и незапосленост радне снаге у оквиру једног предузећа?
5. На основу чега се може утврдити оптималност уложеног рада?
6. Какву тенденцију има продуктивност рада?
7. Наведи основе утврђивања минималне цене рада?
8. Како се најчешће у стварности утврђује минимална зарада?
9. Према којим основима и како се утврђују стварне зараде радника?
10. Шта условљава повећање зарада радника номинално и реално?
11. У којим случајевима се може говорити о смањивању зарада?

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Могући фонд ефективних часова рада у предузећу на основу инсталираних капацитета средстава за рад је 100.000. Са друге стране, планирани фонд ефективних радних часова на основу датог, у пракси устаљеног, степена коришћења капацитета средстава за рад износи 80.000. Због погоршавања услова привређивања и могућности продаје, остварен је фонд часова рада од 70.000. *Израчунај степен запослености, односно незапослености радника у овом предузећу!*

2. Кретање броја радника (Р) и њихове просечне продуктивности рада (ПР) у предузећу је следеће

- Р	100	105	110	115	120;
- ПР	1000	1100	1150	1150	1130.

Израчунај њихову граничну продуктивност рада и заокружи број радника који се може сматрати оптимално ангажованим или запосленим!

3. Минимална цена рада је 5 евра, а радна недеља има 35 радних часова. *Израчунај износ минималне зараде!*

4. Минимална зарада је 300 евра. Утврђена је према релативном стандарду: 55% од просечне зараде. *Израчунај износ просечне зараде на основу које је утврђена ова минимална зарада! Израчунај износ минималне зараде ако се просечна зарада повећа за 100 евра!*

Глава V
РАДНИЦИ И ЗАРАДЕ РАДНИКА

РЕЗИМЕ

1. Радници су лица која изнајмљују своју радну снагу послодавцима ради остваривања накнаде у облику зараде. Као скуп човекових физичких и умних способности, радна снага се јавља као роба специфичне врсте. Она има своју употребну вредност, вредност и цену. Поред тога, радник је у извесној мери и субјекат производње.

2. Време за које радник изнајмљује своју радну снагу назива се радним временом. Оно има тенденцију скраћивања, која проистиче из тенденције пораста продуктивности рада. У највећем броју земаља радно време је данас сведено, ограничено, на 40 часова недељно.

3. Запосленост радне снаге у предузећу заснива се на запослености капацитета средстава за рад. Предузеће најчешће има вишак инсталираног капацитета. Однос оствареног броја ефективних часова рада радника и њиховог планираног броја под претпоставком нормалног одвијања репродукције, може се користити као показатељ степена запослености радне снаге.

4. Продуктивност рада је показатељ производне ефикасности радника, односно њиховог рада у предузећу. Она указује и на оптималност ангажовања овог производног ресурса. Оптималност се успоставља када дође до изједначења просечне и граничне продуктивности рада.

Раст продуктивности рада у робној производњи јесте објективна нужност. Предузеће мора повећавати продуктивност рада да не би погоршавало свој економски положај. Са друге стране, она се мора повећавати и у привреди, како земља не би заостајала у развоју (за другим земљама).

5. У једној земљи може се говорити о минималној и просечној, као и о стварним зарадама радника. Реч је о месечним новчаним зарадама. Минимална зарада се најчешће утврђује преко минималне цене рада или преко просечне зараде.

Минимална цена рада је (законом) загарантована новчана зарада радника по часу ефективног радног времена. На основу ње, минимална зарада се утврђује тако што се њен износ множи са законским бројем недељних часова рада и бројем радних недеља у години, па се тај умножак подели бројем месеца у години.

Када је везана за просечну зараду, минимална зарада се утврђује процентуално од износа ове зараде (као њене основе). У овом случају, зара-

де су више тржишне величине. О њиховом уделу у домаћем бруто производу (ДБП) се не расправља и не води рачуна.

6. Зараде радника имају тенденцију раста; углавном, оне су нееластичне наниже. Минимална цена рада се не смањује. Реални износи зарада требало би да се повећавају са растом продуктивности рада, јер ће у противном долазити до све већег опадања учешћа радника у расподели ДБП.

7. Привремено, могуће су и појаве снижавања зарада радника, па и минималних зарада. Код дате минималне цене рада, минималне зараде се смањују путем умањења времена ангажовања радника (када радници не могу да остварују број ефективних часова рада прописан законом). Минималне зараде су „мање“ и у случају прековременог рада, када се исплаћују само за радно време прописано законом.

Стварне зараде смањују се, привремено, када се зараде појединих радника редукују на износ минималних зарада.

Глава VI

ЕКСТЕРНИ ЕФЕКТИ ПОСЛОВАЊА

Интерни ефекти пословања огледају се у остваривању одређених мотива и циљева предузећа као пословног субјекта. О њима је било речи у првој глави. Интерни ефекти имају и свој екстерни одраз. Са њиховим остваривањем долази мање-више и до остваривања тзв. екстерних ефеката у облику штете и користи које имају други субјекти, појединачно и скупа. Ове ефекте приказујемо, овде, преко утицаја пословних субјеката – на животну и природну средину, макроекономска кретања и на друштвено-економски развој. На крају, у вези са њима, указујемо на карактеристике и садржај одрживог развоја у једној земљи.

1. Утицај на животну и природну средину

Животну средину чини урбано и природно одредиште у коме човек живи и обавља разне активности. Природна средина прелази оквире животне средине. Она обухвата природне услове расположиве у једној локалној заједници, на нивоу државе и шире. Обављањем делатности, привредни субјекти врше углавном негативан утицај на животну и природну средину. Он се огледа пре свега у њеном загађивању, загревању и промени климе, као и исцрпљивању расположивих природних ресурса.

(1) Привредни субјекти загађују животну и природну средину у мањој или већој мери, зависно од врсте делатности и технологије коју користе.

Средства загађивања могуће је поделити на материјална и нематеријална. Материјална се јављају у чврстом, течном и гасовитом облику. А нематеријална, у облику топлоте, радијације и буке. Основу животне и природне средине чине земљиште, вода и ваздух. То су и основне области загађивања, са којим се мењају њихова својства у негативном смислу.

Земљиште се загађује пре свега отпадом. Реч је овде о различитим материјама у чврстом стању које се одвозе на депоније отпада, али често бацају и одлажу и на другим, нелегалним, местима (тзв. дивљим депонијама). Затим, и разним хемикалијама у области пољопривредних делатности (вештачким ђубривом, пестицидима и другим), као и емисијом штетних материја

у ваздуху које падају и загађују тло. Загађивање воде врши се највише преко канализације и изливањем у речне токове течних отпадних материја. Али, и чврстим отпадом који се баца или спира у речна корита и друга водна станишта. Мора и океани загађују се и директно, одлагањем разног отпада и отрова. Када је реч о ваздуху, он се загађује разним гасовима, прашином, димом и честицама.

Топлотом и радијацијом животну и природну средину загађују пре свега термо и нуклеарне електране. И то, воде приликом хлађења, као и ваздуха. Такође, делом, загађују и околно земљиште. Нуклеарно загађивање потенцирају застарелост опреме, непажња и хаварије.

Загађивање животне и природне средине на једном месту шири се и преноси даље, често и ван државних граница. Оно постаје глобални проблем, све више и учесталије.

Исход загађивања је штета. Она се мора спречавати и сводити на минимум. Основни проблем представља кумулирана штета, учињена раније, коју сада и у догледној будућности треба санирати. Даље кумулирање штете није одрживо јер доводи у питање даљи развој.

(2) Загревање природне средине под утицајем привредне активности започело је са индустријализацијом, од средине 18. века. То јест, са све већом експлоатацијом и сагоревањем фосилних горива (нарочито угља и нафте) и емисијом угљендиоксида који ствара ефекат стаклене баште. Данас оно представља изузетно велики проблем, јер у значајној мери и све више доводи до промене климе у свету. Долази до повећања температуре и загревања, што резултира – у све чешћим и снажнијим временским непогодама, у подизању нивоа мора, као и у ширењу пустиња. Друштвено богатство (производни и потрошни фондови) се оштећује све учесталије и обимније. Са тим се погоршавају услови привређивања и смањује квалитет животне средине. Могућности повећања потрошње и животног стандарда доводе се у питање.

(3) Повећање обима привредне активности води смањењу и исцрпљивању расположивих природних ресурса.

Необновљиво природно богатство – као што су руде, угаљ, нафта и слично – исцрпљују се убрзано, па њихове све мање резерве доводе у питање даљи раст и развој. Такође, смањује се и расположива површина пољопривредног земљишта; најчешће, због трајне промене његове намене, услед превођења у грађевинско земљиште. Са друге стране, крчењем шума повећава се површина овог земљишта, али уз појаву низа негативних ефеката по природну средину. Даље, смањује се и водни потенцијал. Због експлоатације изнад природног прираста обновљиво природно богатство (флора и фауна) је све мање и све оскудније у погледу разноврсности. Поменуте негативне појаве потенцира и деградација земљишта по основу ширења и неуређивања рудних јаловишта, као и ерозије.

Наравно, повећање обима привредне активности јесте објективна нужност. Јер, људске потребе имају тенденцију пораста. Са једне стране, због повећања броја потрошача, тј. повећања броја становника.⁷³⁾ А са друге, због раста производних способности (продуктивности рада), односно дохотка који чини основу потрошње.

(4) Негативни утицај привредних субјеката на животну и природну средину огледа се у штети. Она се мора надокнађивати. Ако се не надокнађује, долази до њене акумулације и после више година постаје ненадокнадива или тешко надокнадива.

Средства потребна за надокнаду поменуте штете (односно штета) израз су екстерних трошкова привредних субјеката. У што већој мери они се морају интернизовати, тј. прикључивати трошковима пословања ових субјеката. Тако би цене производа на тржишту биле реалније, а њихова потрошња умеренија и рационалнија. Поред тога, са интернизацијом долази и до смањивања поменутих трошкова (под утицајем мера и активности у предузећима у правцу економије).

Ипак, екстерне трошкове није могуће у потпуности интернизовати. И то, из следећих разлога. Прво, зато што је загађивач у конкретном случају често непознат. Друго, јер загађивање долази и из иностранства. И треће, због већ извршене деградације животне и природне средине у протеклом периоду и потребе њеног унапређења данас и у догледној будућности. Због тога, и пошто тржиште не упућује привредне субјекте на интернизацију екстерних трошкова, то улогу заштите и унапређења животне и природне средине мора преузети држава. У вези с тим, она утврђује програме, учествује у њиховом остваривању, те врши контролу и принуду испуњења обавеза појединих субјеката. Своју улогу остварује уз помоћ посебног фонда.

Два најзначајнија инструмента интернизације екстерних трошкова, који се наводе у економској литератури, јесу: порези на загађење и дозволе за загађење.⁷⁴⁾ Порез на загађење је накнада која се плаћа по јединици врсте загађења (нпр. за једну тону отпада). Код дозволе за загађење утврђује се горњи ниво врсте загађења који предузеће може достићи у току године (нпр. 100 тона отпада). Скуп дозвола садржи ниво загађења које држава настоји да не прекорачи. Порез упућује предузеће на смањивање загађења без ограничења. А дозвола, на његово смањивање до допуштеног нивоа. Купопродаја дозвола на тржишту у функцији је даљег смањивања загађења. Предузеће

⁷³⁾ Повећање становништва има данас тенденцију успоравања. Његову просту репродукцију имали би у случају да свака жена рађа двоје деце. Заустављање раста становништва намеће се као нужност у случају пренасељености Земље.

⁷⁴⁾ „Дозволе за загађење, као и Пигуови порези сада се сматрају, са становишта трошкова, најисплативијим начином очувања животне средине.“

N. Gregori Mankju: Principi ekonomije, Ekonomski fakultet, Beograd, 2008, str. 216.

које може да смањи загађење продаће дозволу и остварити додајни приход. На конкурентном тржишту, цена дозволе тежила би граничним трошковима смањења загађења за сва предузећа. ⁷⁵⁾ Таква, указивала би и на прикладан или основани износ пореза. ⁷⁶⁾

У стварности се користе и многи други инструменти интернизације екстерних трошкова, као и обезбеђивања средстава за заштиту и унапређење животне и природне средине. Наводимо овде још два који имају, чини се, посебан значај. То су: накнада за управљање отпадом и накнада за коришћење природног добра или природне вредности.

Управљање отпадом обухвата његово сакупљање, транспорт, третман и одлагање. Утврђују се и тзв. посебни токови отпада (који се односе на отровне и опасне супстанце). Када је реч о привредним субјектима, обвезници накнаде за управљање отпадом су произвођачи или власници отпада, као и субјекти који узрокују посебне токове отпада.

Са повећањем количине отпада и унапређењем стандарда његовог одлагања, али и порастом цена материјала у производњи – јавља се потреба рециклаже. Подвајањем и сортирањем отпада стварају се могућности искоришћења многих супстанци за добијање материјала за даљу производњу. Држава даје субвенције и подстиче рециклажу. Ниво рециклираног отпада одређен је, објективно, равнотежом или једнакошћу граничних друштвених трошкова одлагања отпада (који имају тенденцију повећања) и граничних трошкова рециклирања (који имају тенденцију снижавања). ⁷⁷⁾

Накнада за коришћење природног добра или вредности је скуп посебних накнада, зависно од врсте добра. Рецимо, накнада за коришћење: водног добра (вода и водног земљишта); шума и шумског земљишта; минералних сировина; неметаличних сировина за добијање грађевинског материјала; рибарског подручја; туристичког простора; заштићеног подручја (резервата, паркова, предела изузетних одлика, споменика природе, станишта и слично); радио фреквенција... Обвезници плаћања конкретне накнаде су привредни субјекти који у обављању делатности користе одређено добро.

Износи поменутих накнада – за управљање отпадом и за коришћење природног добра – оптерећују цене производа и услуга обвезника, привредних субјеката. С тим се остварује извесна интернизација трошкова заштите и унапређења животне и природне средине. Проблеми код ових накнада јав-

⁷⁵⁾ „У тржишној равнотежи цена дозволе једнака је граничном трошку смањења емисије за све твртке...“

Исто (17), 630.

⁷⁶⁾ „Цена на аукцији (дозвола, примедба В.С.) показале прикладан износ Пигуовог пореза.“

Исто (74), стр. 215.

⁷⁷⁾ Види, Исто (17), стр. 635.

љају се у вези са њиховом висином, као и наменском употребом. Оне могу бити превисоке или прениске, јер не постоји објективни критеријум њиховог утврђивања. Затим, независно од висине, могу се користити и ненаменски, делом за покриће буџетских расхода на нивоу републике односно уже заједнице и локалне самоуправе.

Посебан проблем представљају инструменти интернизације екстерних трошкова које прописују локалне самоуправе. Територијална различитост тих инструмената, као и различитост висина појединих пореза и накнада, доводе до нарушавања јединства тржишта. То, даље, доводи до супротности интереса, тј. занемаривања заједничких и јачања локалних или сепаратистичких интереса у развоју.

2. Утицај на макроекономска кретања

Обављањем одређених делатности, предузећа на тржишту остварују приход и профит. Истовремено, мање-више утичу и на макроекономска кретања. Пре свега, она могу давати и дају свој допринос: привредном расту; бржем развоју најмање развијених подручја; бржем остваривању већег степена запослености радне снаге; развоју појединих делатности, па и одређених капитално-интензивних објеката; те, повећању извоза и побољшању салда трговинског и платног биланса. Овај допринос држава треба да потенцира, ради повећања привредне ефикасности и бржег остваривања одређених макроекономских циљева. Тако, што ће га утврђивати, индивидуализовати односно интернизовати, као и омогућавати и поспешивати средствима и мерама у области привредног система и економске политике. У даљем тексту указујемо, укратко, на могућности и садржај његове интернизације.

Стопа привредног раста (раста ДБП у реалном износу) сама по себи указује на кретања и промене стања у области производње и потрошње. Она утиче на решавање многих питања и проблема – посебно запослености (радника и производних капацитета), друштвене потрошње, као и ликвидности земље у међународним плаћањима. Пожељно је да буде већа од стопе природног прираштаја становништва. Односно, да буде већа од стопе повећања броја запослених у условима високе запослености, од годишње стопе повећања радно способног становништва. Овај вишак стопе привредног раста односи се на стопу раста продуктивности рада, која омогућава повећање нивоа развијености земље.

Привредни раст се заснива на акумулацији и инвестицијама. Однос између производње (ДБП) и капитала дугорочно је непроменљив. Према томе, стопа инвестиција мора да одговара стопи привредног раста. Предузеће слободно одлучује о томе да ли ће и колико годишње инвестирати. Та његова слобода не би била повређена, чини се, ако би му се имплантирала одре-

ђена стопа нето инвестиција под одређеним условима. Рецимо, ако би издвајало одређена средства у заједнички инвестициони фонд из кога ће у против-вредности добијати хартије од вредности.⁷⁸⁾ И, ако те хартије може уновчити и дезангажовати инвестирана средства. Ова обавеза не би важила за предузећа чије нето инвестиционе стопе нису ниже од програмиране стопе привредног раста.

Бржи развој најмање развијених подручја обезбеђује се већом стопом њиховог привредног раста од стопе привредног раста у земљи. Значи, неопходна је додајна стопа капиталних нето инвестиција. И ова стопа инвестиција може се имплантирати предузећима слично као у претходном случају. Тако, што би се обавезивала да по тој стопи издвајају средства у заједнички фонд за бржи развој неразвијених подручја. И што би, у против-вредности, добијала одређене хартије од вредности (које могу продати и дезангажовати уложена средства).

Интернизација поменутих доприноса мора се заснивати на новом систему обрачуна и издвајања средстава акумулације. Потребно је акумулацију – релативно, до висине стопе привредног раста плус додајна стопа за бржи развој неразвијених подручја – обрачунавати (и издвајати) као трошак, а не као део профита. То би повећало сигурност инвестиција, односно самофинансирања у оквиру предузећа.

Код изражене (високе) незапослености радне снаге намеће се потреба повећања броја запослених по већој стопи од стопе природног прираштаја становништва, односно од стопе повећања радно способног становништва. У овом случају, пробем се може решавати програмирањем и остваривањем високе, натпросечне, стопе привредног раста. Или, што је лакше оствариво, бржим развојем радно интензивних делатности уз нешто нижу општу стопу раста ДБП.

Развој одређених делатности може, са своје стране, утицати на појаву других делатности и ширење производње. На пример, производња сировина намеће потребу развоја прерађивачких капацитета, тј. доводи до појаве ових капацитета. И супротно. Такође, производња једног сложеног производа (рецимо, аутомобила) захтева велики број коопераната, произвођача делова, што поспешује производњу у многим делатностима.

Код извозно орјентисаних предузећа, форсирање њихове производње води побољшању салда трговинског и платног биланса земље. Ово се мора имати у виду, нарочито у земљама са значајним екстерним дугом. Односно, мора се више користити као сегмент у спровођењу економске политике.

Интернизација ових доприноса – остваривању већег степена запос-

78) На пример, акције које би фонд куповао од предузећа која врше инвестирање и повећање производње.

лености радне снаге, развоју других (комплементарних) делатности и ширењу производње, као и повећању извоза – у већој мери, може се вршити стварањем материјалних и других потребних услова за натпросечни развој у предузећима која их остварују. Потенцирање развоја ових предузећа значи потенцирање наведених доприноса. Односно, значи њихово остваривање у значајно већем обиму.

* * * * *

Утицај привредних субјеката на макроекономска кретања може бити и негативан. Пре свега, у случају њиховог пословања под нелегалним условима. Реч је овде о тзв. сивој економији и нелојалној конкуренцији са онима који послују легално. Несузбијање и бујање сиве економије гуши легално пословање и преводи га делом у нелегално. То доводи у питање остваривање приказаних позитивних доприноса предузећа макроекономским кретањима. Сива економија је неизбежна појава. Међутим, држава треба да је што више сузбија и ограничава. Системским мерама треба обезбеђивати амбијент у коме нелегално пословање неће бити привлачно.

3. Утицај на друштвено-економски развој

Друштвено-економски развој огледа се у повећању степена развијености једне земље, те у трансформацији, у њој, постојећег у ново развијеније друштво. Сама ова трансформација је дугорочни процес. То јест, процес који обухвата читав низ квантитативних и квалитативних промена, промена које се временом акумулирају. Тек значајно акумулиране промене дају печат новог друштва.

Пословни субјекти обављањем привредних делатности утичу на друштвено-економски развој двојачко – позитивно и негативно. Негативно, пре свега својим доприносом појави и развоју тзв. потрошачког друштва, као и погоршавању квалитета животне и природне средине. А позитивно, доприносом повећању општег нивоа продуктивности рада у земљи.

(1) Потрошачко друштво чине противуречности или негативне појаве у процесу друштвено-економског развоја. Пре свега, реч је овде о појавама убрзане, нерационалне и прекомерне потрошње привредних добара (производа и услуга). Највећим делом, оно се развија под утицајем производње, која тежи економији обима и максимирању профита. Масовној производњи одговара масовна потрошња.

Под утицајем рекламе, моде, снижавања или ограничавања квалитета и слично – многи производи у потрошњи се брже замењују новим. При томе, нови производи најчешће нису битно функционалнији у потрошњи. Код произвођача, они имају улогу средства за продор на тржишту и за максимирање обима производње.

Основне нерационалности у потрошњи су расипништво, ненаменска употреба производа и снобизам. Расипништво у потрошњи јавља се услед диспаритета цена. Када једно добро има нижу цену од паритетне, долази неосновано до увећања његове потрошње и расипништва (па и до ненаменске употребе). Готово исти ефекат могу имати прекомерне залихе, које се јављају услед повремених несташица на тржишту. Ненаменска потрошња није у функцији задовољавања одређене потребе. У првом плану, сврха куповине није потрошња, него формирање масе потрошачких добара и изражавање економске и статусне моћи. Снобизам је идентификација, поистовећивање, са људима вишег реда – по дохотку, образовању, занимању итд. У потрошњи, он се испољава у куповини појединих добара из групе престижних модела, као и добара која ће служити задовољавању мање-више изведених потреба (потреба својствених другима, са којима се купац и потрошач идентификује односно умишљено изједначава).

Прекомерна потрошња јавља се углавном када у непривредним секторима једне земље (код јавног сектора и сектора становништва) потрошња превазилази њихову платежно-способну тражњу. Производња у овим секторима треба да се повећава у мери пораста домаћег бруто производа. Али, путем задуживања, може се повећавати и више, у већој мери.

У време прекомерне потрошње привреда је „прегрејана“, тј. побуђује се производња коју затим очекује значајан пад. Производња прати увећану личну и јавну потрошњу. Самим тим, и она је увећана. Али, о прекомерној производној потрошњи говори се пре свега када производња (понуда) премашује ефективну тражњу, када долази до гомилања залиха. У извесној мери, прекомерном производном потрошњом може се сматрати и производња у предузећима која су презадужена и где је самофинансирање репродукције незнатно и занемарено.

Погоршавање квалитета животне и природне средине негативно се одражава на производњу, а тиме и потрошњу. Поред тога резултира и у смањивању квалитета живота људи (јер је животна и природна средина један од елемената животног стандарда). Све то има негативан утицај на друштвено-економски развој.

(2) У првом реду, друштвено-економски развој се остварује путем повећања производње по раднику).⁷⁹⁾ Раст продуктивности рада омогућава увећање реалних зарада радника. Односно, на основу таквих зарада, омогућава већу меру задовољавања потреба људи, тј. виши животни стандард. Ка-

⁷⁹⁾ Затим, остварује се и са другим квалитативним променама у процесу производње. То јест, са променама које значе иновацију и рационализацију и које доводе до благостања људи. Такве су, рецимо, следеће промене: измене начина (метода) добијања појединих производа, развој нових производа за личну потрошњу, развој нових материјала, прелазак на коришћење нових енергената или извора енергије, итд.

ко се зараде не повећавају у мери раста продуктивности рада, него нешто спорије – он омогућава истовремено и скраћивање радног времена запослених. Управо то – пораст реалних зарада и скраћивање радног времена – чини суштину квалитативног развоја једног друштва.⁸⁰⁾

Углавном, раст продуктивности рада заснива се на повећању техничке опремљености рада (обима средстава за производњу, капитала, по раднику). Остали фактори имају, релативно, мањи значај.

Повећање продуктивности рада у предузећу значи да оно јединицу производа остварује са мањим утрошком текућег рада. То углавном резултира у смањењу количине укупног рада по јединици производа. Ако је код њега раст продуктивности рада већи него ли код других произвођача овог производа, оно има бољи економски положај. Конкретније, има (уз дату, исту, цену рада) нижу цену коштања, са којом у случају дате продајне цене може остварити већи профит. Односно, повећава се његова конкурентна способност. У ствари, већи износ профита омогућава му – да снизи продајну цену или побољша услове продаје, да повећа трошкове рекламе, да уложи више средстава за иновацију и унапређење производње итд.

Општи ниво раста продуктивности рада у земљи произилази из нивоа њеног раста код појединих привредних субјеката, тј. предузећа.

(3) Свака земља тежи да буде развијенија и да у развоју не заостаје за другим земљама. Ако заостаје или жели да се попне на лествици земаља по друштвено-економској развијености – мора се развијати брже и квалитетније (без противуречности). То значи да се на нивоу државе мора спроводити одређена политика друштвено-економског развоја. Са једне стране, у правцу отклањања противуречности у развоју. И са друге, у правцу поспешивања раста продуктивности рада у области привреде (посебно код произвођача). То поспешивање треба да буде подређено остваривању одређене, програмиране, опште стопе продуктивности рада у задатом времену, односно у одређеном планском периоду.

(а) Превазилажење противуречности у развоју, тј. сузбијање и ограничавање тзв. потрошачког друштва, заснива се на многим активностима. Реч је углавном о активностима државе. Наводимо их, овде, према њиховим очекиваним ефектима.

Убрзавање потрошње могуће је спречавати – ограничавањем и опо-

80) До скраћивања радног времена не долази сваке године (јер би износ скраћења био незнатан и непрактичан), него после извесног периода. Рецимо, после остваривања одређене етапе развоја (15, 20 или више година). У току овог периода, пошто је раст зарада нижи од раста продуктивности рада, долази до остваривања додајног вишка вредности. Њега би требало наменски акумулирати. На пример, у облику материјалних и новчаних резерви, које би се користиле након скраћивања радног времена. То би омогућило елиминацију поремећаја услед осетног смањења обима производње, као и промене структуре вредности ДБП.

резивањем трошкова рекламе и пропаганде, санкционисањем и спречавањем превара и обмана у рекламним порукама, као и заштитом потрошача код појава одступања стварног од декларисаног квалитета роба. Када је реч о трошковима рекламе и пропаганде, могу се ограничавати релативно, путем процента на износ оствареног бруто прихода. Већи износ треба опорезивати, и то прогресивно. Ограничавање поменутих трошкова у функцији је, још, онемогућавања преливања дела добитка у трошкове. И, код тог дела, избегавања пореза на добитак.

Расипништво у потрошњи може се смањити отклањањем диспаритета цена, као и стабилизацијом тржишта (односа понуде и тражње роба). Такође, и путем интернизације тзв. екстерних трошкова, који се јављају у производњи многих роба. Ненаменску употребу производа, тј. куповину роба ради акумулације богатства и испољавања економског статуса, треба сузбијати путем утврђивања стандарда у области потрошње и прогресивног опорезивања имовине. Тако, што би се елементи имовине изнад одређеног стандарда (рецимо, изнад републичког просека) опорезивали према прогресивним пореским стопама.

Прекомерна потрошња се смањује, најпре, са отклањањем узрока „сиве“ емисије новца. Реч је овде о успостављању финансијске дисциплине у свим секторима размене у земљи (у области привреде, државе и становништва). Неизмиривање обавеза у прописаним роковима доводи до дугова који неосновано шире платежно-способну тражњу. Посебан проблем чине ненаплативи дугови, па је потребно систем задуживања стално пратити. Прекомерна потрошња биће мања и ако се буџет доводи у равнотежу, а јавни дуг креира на одрживом нивоу.

О очувању и унапређењу квалитета животне и природне средине било је речи на почетку овог поглавља, у првом елементарном наслову. У четвртм делу овог елементарног наслова указали смо на могућности интернизације екстерних трошкова привредних субјеката у вези њиховог негативног утицаја на животну и природну средину. Такође, и на основне инструменте интернизације ових трошкова.

(б) Утицај државе на пораст општег нивоа продуктивности рада може се остваривати на више начина. Рецимо, путем иницирања и афирмације стваралаштва и иновација у области економије рада. Затим, пружањем помоћи у реализацији пројеката који су усмерени на повећање продуктивности рада. И, још, пружањем помоћи у инвестирању и развоју капитално интензивних делатности и капитално интензивних објеката. (Пре свега, у време високе или задовољавајуће запослености радне снаге.) Ова помоћ се може враћати држави.

Према наведеном, произилази да је за поспешивање раста општег нивоа продуктивности рада неопходан посебан друштвени фонд.

4. Екстерни ефекти пословања и одрживи развој

Раст и развој у једној земљи мора се посматрати са различитих аспеката. Због тога се његова одрживост не може исказати једном дефиницијом. И саме екстерне ефекте пословања, о којима је било речи, поделили смо у три основне групе.

Уопште, одрживи развој је ограничени развој одређеним захтевима и детерминантама.⁸¹⁾ Одрживост не подразумева ограничавање нивоа потрошње, нити пораста животног стандарда људи. Такође, не подразумева ни ограничавање пословних субјеката у тежњи да спроводе економију обима ради максимирања профита. Укратко, он не доводи у питање даљи просперитет. Већ, само, подразумева превазилажење изражених противуречности (које су постале кочница у даљем развоју).

(1) У вези са негативним утицајем предузећа на животну и природну средину, одрживи развој се може одредити као развој при коме се обезбеђује следеће. Прво, укључивање штете услед загађивања животне и природне средине у трошкове пословања и цене роба на тржишту, као и подстицање рециклаже. Друго, експлоатација обновљивих природних ресурса до нивоа њиховог прираста, те експлоатација необновљивих природних ресурса у мери и на начин који обезбеђује развој и будућим генерацијама (што подразумева да се у процесу њиховог исцрпљивања врши прелазак на коришћење алтернативних ресурса којих има у изобиљу). И треће, средства за дугорочно и планско унапређење животне и природне средине. Односно, за смањивање раније извршене деградације.

Здрава животна и природна средина један је од елемената животног стандарда људи. На њен рачун не могу се побољшавати остали елементи стандарда. Јер, то дугорочно није одрживо; оно води погоршавању животног стандарда у целини.

(2) Када је реч о утицају предузећа на макроекономска кретања, одрживи развој огледао би се у следећем.

Најпре, у расту домаћег бруто производа (ДБП) у складу са параметрима које дугорочно намећу његове основне детерминанте – раст радно способног становништва (%Р) и раст продуктивности рада (%ПР). У случају високе запослености, стопа привредног раста законито је одређена изразом:⁸²⁾

81) Он подразумева привредни развој, друштвени развој и заштиту природне средине. Цефри Д. Сакс га, рецимо, детаљније приказује као развој усмерен на остваривање десет основних циљева.

Види о томе, Džefri D. Saks: Doba održivog razvoja, CIRSD i SLUŽBENI GLASNIK, Beograd, 2014, str. 459 – 463.

82) Законито, у смислу економске законитости.

$$\%ДБП = \%Р + \%ПР + \frac{\%Р \times \%ПР}{100} \times кИ.$$

Где је: кИ – коефицијент инфлације.

У стварности, раст домаћег бруто производа по нижој или вишој стопи дугорочно је неодржив.

Нека су %ПР и кИ у овом обрасцу дате односно непроменљиве величине. Ако је при томе стопа раста ДБП нижа, долазиће до повећања и акумулације незапослености радне снаге. Висока незапосленост није дугорочно одржива, јер значајан део радно способног становништва остаје ван процеса репродукције. То, са једне стране, значи губитак једног дела потенцијалног ДБП. А са друге, значи додајно повећање цена роба на тржишту, због увећања друштвене потрошње за износ помоћи која се исплаћује незапосленим. Док, ако је (при наведеној претпоставци) стопа привредног раста виша, јавиће се недостатак радне снаге. Тај недостатак анулираће се путем промене социјално-економске структуре становништва. Пре свега, приликом развоја индустрије, када пољопривредно и сеоско становништво налази запослење у индустрији и у градовима. Када се тај процес заврши, проблем недостатка радне снаге може се решавати само имиграцијом радно способног становништва. (Овде треба имати у виду да се са завршетком процеса измене социјално-економске структуре у земљи експанзија домаћег тржишта значајно успорава и смањује.)

У мањој мери, недостатак радне снаге може се решити и променом привредне структуре, у смислу развоја капитално интензивних на рачун радно интензивних делатности.

Чак и привредни раст по наведеној законитој стопи не може бити дугорочно одржив ако се занемарује самофинансирање предузећа у обављању делатности. Мора се путем регулисања амортизације створити могућност одговарајуће замене средстава за рад (по динамици, као у развијерним земљама). Такође, мора се предузећима омогућити остваривање одговарајуће акумулације (по стопи, без опорезивања, која одговара програмираној стопи привредног раста). Финансирање репродукције претежно путем банкарских кредита (уз занемаривање нужности самофинансирања) није дугорочно одрживо. Зато, што ће се профит предузећа, преко камате, у великој мери преливати у пословне банке.

Затим, одрживи развој подразумева смањивање разлика између степена развијености појединих административно-територијалних јединица (АТЈ) у земљи. Односно, подразумева задржавање тих разлика у прихватљивим границама. Продубљивање разлика између степена њихове развијености

води нарушавању јединства (у погледу циљева и тежњи) и појави сепаратистичких тенденција.

Најзад, одрживи развој заснива се и на уравнотежавању трговинског (и платног) биланса. Предузећа не могу бити усмерена на увоз и занемаривање извоза. Са развојем међународне трговине – под утицајем продубљивања међународне поделе рада, али и смањивања царина и других ограничења – све већи део ДБП појединих земаља остварује се реализацијом на страном тржишту. Занемаривање ове тенденције доводи земљу у подређен положај. Она постаје дужник и неминовно заостаје у свом развоју.

Што се тиче негативног утицаја предузећа на макроекономска кретања, одрживи развој био би онај где се појава тзв. „сиве“ економије прати и онемогућава. Токови репродукције морају у што већој мери бити легални. Повреде конкуренције на тржишту, ако се не сузбијају, смањују конкурентну способност привреде. Долази до неефикасности привређивања и до успоравања привредног и друштвеног развоја.

(3) Да би развој у једној земљи био дугорочно одржив, потребно је, још – да продуктивност рада у њој прати динамику продуктивности у другим земљама, као и да се организовано сузбијају противуречности које га могу доводити у питање.

Једна земља неће заостајати у развоју ако предузећа те земље повећавају продуктивност рада колико се она повећава у светској привреди. Већи раст продуктивности (по вишој стопи) за њу значи напредак. А супротно, мањи раст, значи заостајање у погледу развијености.

Противуречности које значе потрошачко друштво већ смо приказали. Било је речи и о продубљивању разлика у степену развијености појединих АТЈ, те о неравнотежи трговинског биланса. Затим, о појави тзв. „сиве“ економије. И оне се, исто, могу сматрати противуречностима у развоју. Наводимо овде, на крају, још две противуречности – противуречност у расподели ДБП и противуречност у вези јавног дуга.

Основни учесници у расподели ДБП су предузећа и њихови власници, радници и јавни сектор. Предузећима морају остајати средства за надокнаду утрошеног капитала у процесу репродукције. Њихови власници добијају принос на уложени капитал, рецимо у облику профита. Затим, радници добијају накнаде у облику зарада. И, на крају (али не по редоследу), држава захвата свој део, да би обезбедила тзв. друштвену потрошњу. Интереси поменутих учесника у расподели морају бити усклађени и непротивуречни, јер то обезбеђује одрживост развоја. Конкретније, њихово учешће у расподели мора бити одрживо и не може се мењати.

Друштвена потрошња треба да се повећава у мери пораста ДБП. Ако се повећава брже, долази до захватања дела који припада осталим учесницима у расподели.

Исто важи и за укупни износ или масу зарада радника у области привреде. У случају нулте инфлације, на повећање те масе утиче повећање броја запослених и раст појединачних зарада под утицајем повећања продуктивности рада. Ако се појединачне зараде не повећавају у мери пораста продуктивности рада, долази до смањивања учешћа зарада радника у износу ДБП. Шта то значи, може се видети на следећем примеру.

Нека је данас учешће зарада у ДБП 20%. Затим, нека ДБП расте под утицајем раста броја запослених за 1% годишње и продуктивности рада за 2% годишње, односно укупно по стопи од 3,02% ($1 + 2 + 1 \times 2 / 100 = 3,02$). Ако се зараде радника не повећавају под утицајем раста продуктивности рада (ако појединачне зараде остају непромењене), него само под утицајем повећања броја запослених, њихово учешће у ДБП ће се смањивати – после 25 година износиће 12,2%, а после 50 година само 7,4%. Таква тенденција је дугорочно неодржива.

Неодрживо је и повећање учешћа власника капитала у износу ДБП, јер доводи до продубљивања разлика у богатству између људи.

Што се јавног дуга тиче, његова одрживост зависи од могућности сервисирања. То јест, зависи од могућности одржавања на одређеном нивоу, нивоу који не захтева битно погоршавање услова привређивања у погледу издвајања привреде за друштвену потрошњу. Битан захтев у вези јавног задживања је способност враћања уз дати проценат (од ДБП) издвајања средстава за друштвену потрошњу. То значи да ће се дуг враћати средствима оствареног буџетског суфицита у време када је вредност ДБП већа од оне коју он има када се налази на линији тренда. Када је вредност ДБП једнака оној коју има на линији свог тренда, буџет треба да буде ађустиран (дотеран), тј. равнотежан. Када је мања, може се оствариваати буџетски дефицит, али у одређеној (одрживој) мери.

Произилази, из наведеног, да привредни субјекти (предузећа) не треба да сеprotиве повећању минималних (и стварних) зарада у мери пораста продуктивности рада. И, са друге стране, да треба да воде уравнотежену расподелу оствареног профита – како у интересу власника, тако и у интересу свог опстанка и развоја на тржишту. На јавни дуг они не могу утицати појединачно. Али заједно, преко својих удружења, могу и морају захтевати ограничавање јавног дуга. И то, пре свега, сталним захтевањем стабилних услова привређивања у погледу захватања из привреде за друштвену потрошњу.

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Екстерни ефекти пословања, екстерналије; 2. Животна средина; 3. Природна средина; 4. Екстерни трошкови; 5. Интернизација екстерних трошкова; 6. Порез на загађење; 7. Дозвола за загађење; 8. Рециклажа; 9. Позитивни екстерни ефекти пословања; 10. Одрживи развој.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Које су основне области или правци негативног утицаја привредних субјеката на животну и природну средину?
2. Наведи основне облике загађивања животне и природне средине!
3. Зашто екстерне трошкове привредних субјеката није могуће у потпуности интернизовати?
4. Који су, још, најчешћи инструменти интернизације екстерних трошкова, поред пореза на загађење и дозвола за загађење?
5. У чему се огледају позитивни екстерни ефекти пословања привредних субјеката, које смо сврстали у групу утицаја на макроекономска кретања?
6. На који начин се могу интернизовати и потенцирати ови ефекти?
7. Који су то негативни екстерни ефекти пословања привредних субјеката, када је реч о њиховом утицају на макроекономска кретања?
8. У чему се огледају позитивни и негативни екстерни ефекти пословања привредних субјеката из групе њиховог утицаја на друштвено-економски развој?
9. Наведи основне противуречности у развоју и могућности њиховог превазилажења!
10. Наведи основне активности државе у правцу поспешивања раста продуктивности рада!
11. У чему се огледа одрживи развој: у вези са негативним утицајем предузећа на животну и природну средину; у вези са њиховим утицајем на макроекономска кретања; као и на друштвено-економски развој у земљи?

Глава VI
ЕКСТЕРНИ ЕФЕКТИ ПОСЛОВАЊА

РЕЗИМЕ

1. Обављањем делатности за које се регистровало предузеће остварује приход и профит. У том процесу долази мање-више и до остваривања тзв. екстерних ефеката пословања. Они се огледају у штети и користи које се носе другим субјектима.

2. Пре свега, привредни субјекти наносе штету животној и природној средини. Они доприносе њеном загађивању, загревању и промени климе, као и исцрпљивању расположивих природних ресурса. Основни проблем представља кумулирана штета, учињена раније, коју сада и у догледној будућности треба санирати.

3. Средства потребна за надокнаду поменутих штета (односно штета) израз су екстерних трошкова привредних субјеката. У што већој мери они се морају интернизовати, тј. прикључивати трошковима пословања ових субјеката. Тако би цене производа на тржишту биле реалније, а њихова потрошња умеренија и рационалнија. Поред тога, са интернизацијом долази и до смањивања поменутих трошкова (под утицајем мера и активности у предузећима у правцу економије).

4. Два најчешћа или универзална инструмента интернизације екстерних трошкова у стварности, који се наводе и у економској литератури, јесу: порези на загађење и дозволе за загађење. Поред њих, посебан значај имају још два инструмента. То су: накнада за управљање отпадом и накнада за коришћење природног добра или природне вредности.

5. Са повећањем количине отпада и унапређењем стандарда његовог одлагања, али и порастом цена материјала у производњи – јавља се потреба рециклаже. Подвајањем и сортирањем отпада стварају се могућности искоришћења многих супстанци за добијање материјала за даљу производњу. Држава даје субвенције и подстиче рециклажу. Ниво рециклираног отпада одређен је, објективно, равнотежом или једнакошћу граничних друштвених трошкова одлагања отпада (који имају тенденцију повећања) и граничних трошкова рециклирања (који имају тенденцију снижавања).

6. Обављањем делатности предузећа могу деловати позитивно на макроекономска кретања. Пре свега, она могу давати и дају свој допринос: привредном расту; бржем развоју најмање развијених подручја; бржем остваривању већег степена запослености радне снаге; развоју појединих делат-

ности, па и одређених капитално-интензивних објеката; те, повећању извоза и побољшању салда трговинског и платног биланса. Овај допринос држава треба да потенцира, ради повећања привредне ефикасности и бржег остваривања одређених макроекономских циљева.

7. Негативан утицај привредних субјеката на макроекономска кретања јавља се у случају њиховог нелегалног пословања. Реч је овде о тзв. сивој економији, те о повредама конкуренције. Држава мора да их сузбија и ограничава ради повећања ефикасности привређивања.

8. Пословни субјекти утичу на друштвено-економски развој двојачко. Негативно, пре свега својим доприносом појави и развоју тзв. потрошачког друштва, као и погоршавању квалитета животне и природне средине. И, позитивно, доприносом повећању општег нивоа продуктивности рада у земљи. Њихов негативан утицај треба сузбијати, а позитиван поспешивати.

9. Заоштравање бројних противуречности намеће потребу дефинисања тзв. одрживог развоја. То је развој који се заснива на превазилажењу ових противуречности. Он подразумева пре свега – привредни развој, друштвени развој и заштиту природне средине. Џефри Д. Сакс га, рецимо, детаљније приказује као развој усмерен на остваривање десет основних циљева.

Одрживост развоја мора се посебно и конкретније одредити у вези са свим екстерним утицајима привредних субјеката у обављању њихових делатности. Најпре, у вези са њиховим утицајем на животну и природну средину. А затим, у вези са утицајем који имају на макроекономска кретања, као и на друштвено-економски развој.

Глава VII

ЛИЧНА ПОТРОШЊА И ПОТРОШАЧКИ ИЗБОР

1. Појам и фактори личне потрошње

(1) Лична потрошња је процес употребе добара од стране физичких лица, појединаца. Са њом се обезбеђује егзистенција и репродукција човека као физичког и друштвеног бића. Такође, треба да се обезбеђује и његов свестрани развој, што представља услов изградње новог друштва.

Носиоци личне потрошње су појединци у оквиру домаћинства. Домаћинство се дефинише као елементарна социјално-економска заједница, тј. као скуп лица која живе и привређују заједно. То је скуп који чини једна породица (супружници и деца). Али, он може бити шири, као и ужи.

Постоји општа тенденција смањивања просечног броја чланова домаћинства.⁸³⁾ Условљавају је пре свега следећи фактори. Прво, промена социјално-економске структуре становништва под утицајем развоја индустрије и урбанизације. Друго, смањивање наталитета и просечног броја деце у породици. И треће, повећање степена друштвено-економске развијености – јер омогућава брже осамостаљивање породице, као и пунолетне деце.

Домаћинство има своје приходе и расходе, као и своју имовину. Преглед или јединство прихода и расхода сачињава породични буџет. То јест, буџет заједнице лица у оквиру домаћинства.

Лична потрошња има тенденцију повећања. Два су основна узрока ове тенденције. С једне стране, повећавању личне потрошње доприноси развој производних снага, у мери пораста продуктивности рада. Док, с друге стране, томе доприноси и пораст радно-способног становништва, односно ангазоване радне снаге или броја запослених радника.

(2) Основни фактори обима и структуре личне потрошње чланова једног домаћинства у датом периоду јесу: њихове потребе (а), остварени износ дохотка (б), продајне цене производа и услуга (в), расположиве врсте и количине роба на тржишту (г), као и расположиве врсте и количине добара у потрошњи које чине имовину домаћинства (д).

83) На пример, у протеклих 60 година у Републици Србији број чланова у једном домаћинству свео се од око 4,5 на 3,0.

Види, *СГЈ* 2002, стр. 71.

(а) Личне потребе су захтеви људи за одређеним добрима (материјалне и нематеријалне садржине, производима и услугама) у вези са њиховом егзистенцијом, репродукцијом и развојем. Овде нас не интересују све потребе, него само тзв. економске потребе. То су потребе које се не могу задовољавати без расхода, тј. без средстава у облику дохотка.

Ове потребе можемо поделити на ефективне и потенцијалне. Ефективне потребе су оне које се задовољавају у стварности. Могу се идентификовати приликом куповине и у потрошњи. Издаци за куповину и расположива средства у потрошњи одређују врсте и обим потреба. Потенцијалне потребе су изражене или познате, али се у датом периоду не задовољавају јер постоје извесне препреке. То могу бити: мањи или привремени недостатак дохотка; недостатак добара на тржишту; неодлучност куповине због несигурности у вези са добром (квалитетом, употребним својствима, одржавањем и слично); очекиване промене у вези са дохотком, ценама и понудом; као и разне друге препреке.

Личне економске потребе можемо поделити и на материјалне и нематеријалне. Материјалне се задовољавају добрима материјалне садржине односно производима, а нематеријалне услугама. Материјалне потребе се задовољавају у све већој мери, што повећава значај нематеријалних потреба (јер су ове, по мишљењу многих економиста, неограничене).

Значајно је и питање интензитета и нужности потреба у потрошњи. Интензитет потребе (посматране изоловано) или њена израженост може бити већа или мања. Може се идентификовати на основу степена или времена коришћења добра у потрошњи. Добра која се користе у потпуности потребнија су од оних која се користе недовољно.

Интензитет потреба у одређеном скупу (у њиховој међузависности) идентификује се на основу редоследа њиховог задовољавања. Сва добра личне потрошње често се деле на нужна и луксузна. Могу се поделити и у редове – на добра првог реда, добра другог реда итд.

(б) Остварени доходак домаћинства (Д) јесте новчани износ који се може употребити за набавку добара личне потрошње у једном домаћинству, а да се не умањи вредност његове имовине. Остварује се по различитим основима, зависно од врсте домаћинства. Према томе на који начин претежно обезбеђују доходак, домаћинства се могу поделити на: радничка, пољопривредна и предузетничка, рентијерска, старачка и социјално издржавана.

Новчани износ оствареног дохотка домаћинства увећава се имплицитно износом вредности његове натуралне производње. То јест, вредност те производње увећава имплицитно приходе које оно остварује, а тиме и износ оствареног дохотка. На пример, натурална производња је када чланови домаћинства сами окрече стан, или када домаћинство у дворишту произведе извесну количину поврћа и воћа за сопствене потребе.

Скраћивање радног и продужавање слободног времена под утицајем тенденције повећавања продуктивности рада, као и специјализација у раду – доводе до развоја склоности људи да обављају разне послове ван радног времена из разоноде и потребе свестранијег радног исказа. При томе, њихов учинак често има својство производа или услуга које троше сами. Или га, пак, непосредно (путем трампе) међусобно размењују.

Доходак је израз платежно-способне тражње: $D = \text{ПСТ}$. Његов износ, при датим ценама, одређује величину или обим потрошње:

$$D = \sum_{j=1}^n p_j \times c_j = p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + \dots + p_n \times c_n.$$

Где су: p_j , c_j – количина и цена робе (добра) j -те врсте (за $j = 1$ до n).

Наведени израз произилази из закона једнакости производње и потрошње. Равнотежа између оствареног дохотка и вредности личне потрошње остварује се дугорочно. А у кратком и у средњем року, може доћи (и најчешће долази) до одступања односно до неједнакости.

(в) Цене производа јесу фактор личне потрошње зато што, уз расположиви доходак, одређују количине роба које једно домаћинство може купити ради потрошње његових чланова: $p = D / c$. У ствари, промена цена има двојаки ефекат на потрошњу у једном домаћинству. Има ефекат промене реалног дохотка, као и ефекат супституције роба у потрошњи.

Ефекат промене дохотка огледа се у следећем. Раст цена смањује реални доходак, а њихов пад га повећава. Уопштено, промена (реалног) дохотка може се утврдити на основу обрасца:

$$\Delta D = \sum_{j=1}^n p_j \times \Delta c_j \times (-1).$$

Множење са (-1) у овом изразу врши се због обрнуто сразмерног кретања цене и потражње. То омогућава да се у случају снижавања цена добије позитиван резултат. Односно, да се у случају њиховог подизања добије негативан резултат.

Повећање реалног дохотка у овом смислу омогућава додајну набавку и потрошњу добара у домаћинству. Његово смањење приморава на задуживање ради задржавања потрошње. Или, пак, условљава редукацију потрошње.

Уз непромењени доходак, раст цена доводи до смањивања обима набавке. Супротно, пад цена резултира у повећавању обима куповине и потрошње. У случају једне робе, имамо да је:

$$\Delta p = \frac{p \times \Delta c \times (-1)}{c + \Delta c} = \frac{\Delta D \times (-1)}{c + \Delta c}.$$

На основу наведеног израза можемо добити следеће једнакости:

$$\frac{-\Delta c}{\Delta p} = \frac{c + \Delta c}{p \times (-1)}; \quad \frac{-\Delta p}{\Delta c} = \frac{p \times (-1)}{c + \Delta c}.$$

Ефекат супституције огледа се у замени снижења цене одређеном ко-личином робе за потрошњу. Или, у замени одређене количине добра по (новчаној) јединици повећања његове цене.

У вези са наведеним ефектима промене цене – ефектом дохотка и ефектом супституције – Х. Варијан, на пример, даје следећу дефиницију закона тражње: „Ако се повећава тражња за добром када се повећава доходак, онда тражња за тим добром мора опасти када његова цена порасте.“⁸⁴⁾

(г) Робе које се нуде на тржишту, тј. понуда роба (П) – одређује скуп роба које се набављају за потрошњу у једном домаћинству (Р). Скуп Р јесте подскуп скупа П. Он не може из њега изаћи. Другим речима, може се купити за потрошњу само оно што се налази у продаји.

(д) Најзад, на личну потрошњу једног домаћинства утиче и стање добара која се већ налазе у његовом поседу (стање његове имовине). Скуп добара личне потрошње у једном домаћинству (А) одређен је скупом већ расположивих добара (Б) и скупом недостајућих добара која се набављају на тржишту (В). Односно, збир скупова Б и В одређује скуп добара А.

2. Преференције, потрошачки избор и структура личне потрошње

(1) Код употребе оствареног дохотка (Д) за набавку добара личне потрошње – појединац (у оквиру домаћинства) преферира тј. врши избор ових добара. Он се одлучује за одређене врсте и количине добара, која чине његов потрошачки избор (ПИ). Често се потрошачки избор назива и потрошачком корпом (ПК).

Сва остала, неизабрана, добра можемо назвати инфериорним добрима. То су добра за која се потрошач може одлучити накнадно, под утицајем промена односа цена или других фактора личне потрошње.

Математички, потрошачки избор се може написати у облику израза:

$$\text{ПИ, ПК} = \sum_{j=1}^n p_j = p_1 + p_2 + \dots + p_n.$$

84) Varijan, R. Hal: *Mikroekonomija – moderan pristup*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2003, str. 129.

Где је: p_j – количина робе (добра) j -те врсте која се набавља ради задовољавања потреба људи у оквиру домаћинства, за $j = 1$ до n .

Потрошачки избор је величина (или скуп) која се стално мења. Под непрестаним утицајем бројних фактора потрошач се изнова опредељује за одређене врсте и количине добара за личну потрошњу. При томе, он тежи да максимира своју корисност или задовољство у потрошњи.

Код набавке, купац и потрошач једног добра вреднује његову корисност новцем. Разликујемо више нивоа корисности. Најпре, корисност јединице робе, коју показује износ цене. Сума новца коју је купац спреман да потроши на набавку једне јединице робе одређује њену вредност; то је његова субјективна оцена и исказ вредности. Цена је израз граничне корисности робе. Затим, може се говорити и о просечној корисности, која се добија деобом потрошене суме новца за набавку једне робе и броја набављених јединица.⁸⁵⁾ Укупну корисност једне робе (K) представља потрошена сума новца за њену набавку: $K = p \times c$. Најзад, разликујемо корисност свих роба које чине потрошачки избор или потрошачку корпу (ΣK), које се набављају ради потрошње: $\Sigma K = K_1 + K_2 + \dots + K_n$.

Две робе најчешће немају исту корисност – ни по јединици (мере), ни за количине које се набављају за потрошњу.

(2) У општем случају, конкретним потрошачким избором (скупом врста и количина добара која чине потрошачку корпу) максимира се корисност домаћинства под следећим условима (које истичемо овде курзивом, тј. косим писмом у тексту).

Прво, ако је корисност свих роба из потрошачке корпе, у изразу њихове вредности, једнака оствареном доходу, што можемо написати као:

$$D = \sum_{j=1}^n p_j \times c_j = p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + \dots + p_n \times c_n;$$

$$D = \sum_{j=1}^n K_j = K_1 + K_2 + \dots + K_n.$$

Уколико би остао део дохотка непотрошен, била би умањена потрошачка корпа па укупна корисност потрошача не би била максимална.

Друго – у случају датих, непроменљивих, цена на тржишту – ако је повећање корисности роба (корисности у приказаном смислу) које се набављају више него раније једнако смањењу корисности роба које се набављају мање. Под претпоставком да потрошачка корпа обухвата само два добра, при чему се смањује набавка једног а повећава набавка другог – ово можемо

⁸⁵⁾ Просечна корисност једнака је граничној корисности (односно, цени) само у случају дате или непроменљиве цене.

математички написати као:

$$-\Delta K_1 + \Delta K_2 = 0; \quad -\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2 = 0.$$

Максимирање корисности потрошача се овде не огледа у повећању новчано исказане корисности, већ у томе што се он одрекао извесне количине добра са мањим интензитетом потребе ($-\Delta p_1$) да би добио додајну количину другог добра ($+\Delta p_2$) које за њега има већи интензитет потребе. Реч је овде о промени у односу на почетни избор добара у потрошачкој корпи.

Овај услов (максимирања корисности) показује и једнакост корисности на најнижем нивоу (то јест, по јединици добра). Она произилази из управо наведене једнакости, $-\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2 = 0$. Ако ову једнакост поделимо са $\Delta p_2 \times c_1$, и извршимо сређивање, добијамо једнакост корисности на најнижем нивоу:

$$-\frac{\Delta p_1 \times c_1}{\Delta p_2 \times c_1} + \frac{\Delta p_2 \times c_2}{\Delta p_2 \times c_1} = 0; \quad -\frac{\Delta p_1}{\Delta p_2} + \frac{c_2}{c_1} = 0; \quad \frac{\Delta p_1}{\Delta p_2} = \frac{c_2}{c_1}.$$

Са леве стране задње наведене једнакости имамо тзв. граничну стопу супституције роба, Δp_1 са Δp_2 . А са десне стране, однос њихових граничних корисности (у овом случају цена); тј. граничне корисности робе супститута (c_2) и граничне корисности супституисане робе (c_1).

Треће, код промене цена на тржишту, потрошачки избор је оптималан односно обезбеђује максимум корисности:

– ако је повећање корисности због набавке веће количине роба него раније једнако умањеној вредности већ преферираних роба услед снижавања њихових цена на тржишту; односно,

– ако је смањивање корисности роба које се набављају у мањој количини него раније једнако увећаној вредности већ преферираних роба због повећања њихових цена на тржишту.

У супротном, дошло би до неједнакости: $K_1 + K_2 + \dots + K_n < D$, или $K_1 + K_2 + \dots + K_n > D$. То значи да не би био испуњен први услов оптималности. Односно, значи да би остао део дохотка непотрошен, или да би вредност куповине надмашила износ дохотка.

Сукцесивна набавка више јединица једне робе ради задовољавања извесне потребе може се вршити уз снижавање њене цене, уз дату цену или уз повећање цене. Снижавање цене резултира у већој купо-продаји када је доходак (као израз платежно способне тражње) дата величина. Међутим, снижавање цене јавља се и када су у питању нови производи; оно је последица натпросечног повећања производње, снижавања трошкова производње

и њиховог појевтињења. Дату цену имамо код производа тзв. стандардизоване производње, а под претпоставком нулте инфлације. Реч је о произвоима са просечном динамиком производње и просечним кретањем трошкова. У случају инфлације, код ових производа имамо тенденцију повећања цена. Куповину додајне јединице добра по датој цени, или по већој цени, омогућава раст дохотка односно платежно способне тражње.

У првом случају, код снижавања цена – а под претпоставком да се снижава цена само једне робе из потрошачке корпе, и да се она због тога купује у већој количини – услов максимирања корисности може се приказати путем следећих једнакости:

$$-\Delta K_1 + \Delta K_1 = 0; \quad -\Delta c_1 \times p_1 + \Delta p_1 (c_1 - \Delta c_1) = 0;$$

$$\frac{\Delta c_1}{\Delta p_1} = \frac{ГКР_1}{ГКН_1}.$$

$$\text{Где су:} \quad ГКР_1 = \frac{\Delta p_1 (c_1 - \Delta c_1)}{\Delta p_1}; \quad ГКН_1 = \frac{\Delta c_1 \times p_1}{\Delta c_1}.$$

И, где је значење наведених симбола: $ГКР_1$ – гранична корисност од додајне количине добра p_1 ; $ГКН_1$ – гранична корисност (новца, дохотка) која произилази из снижења цене добра p_1 из потрошачке корпе.

У овом случају, на левој страни треће једнакости имамо (по јединици производа) граничну стопу супституције увећаног реалног дохотка услед снижења цене са набавком додајне количине добра за потрошњу.

У другом случају, код повећања цена – а под претпоставком да се повећава цена само једне робе из ПК, и да се она због тога купује у мањој количини – услов оптималности или максимирања корисности може се приказати математички слично као у претходном случају:

$$-\Delta K_1 + \Delta K_1 = 0; \quad \Delta c_1 \times p_1 - \Delta p_1 (c_1 + \Delta c_1) = 0;$$

$$\frac{\Delta p_1}{\Delta c_1} = \frac{ГКН_1}{ГКР_1}.$$

$$\text{Где су:} \quad ГКН_1 = \frac{\Delta c_1 \times p_1}{\Delta c_1}; \quad ГКР_1 = \frac{\Delta p_1 (c_1 + \Delta c_1)}{\Delta p_1}.$$

И, где је значење наведених симбола: GK_{H_1} – гранична корисност (новца, дохотка) која произилази из повећања цене добра p_1 из потрошачке корпе; GK_{P_1} – гранична корисност од смањења количине добра p_1 .

У овом случају, на левој страни треће једнакости имамо (по јединици производа) граничну стопу супституције дела робе p_1 (Δp_1) са износом увећања њене цене (Δc_1).

И четврто, код промене дохотка, максимирање корисности потрошачке корпе остварује се под следећим условима:

- код повећања дохотка – ако се износ његовог повећања користи за набавку додајних количина добара за потрошњу ($\Delta D = \Delta K$), односно

- код смањења дохотка – ако је износ тог смањења једнак вредности умањене количине набавке добара за личну потрошњу ($-\Delta D = -\Delta K$).

Под претпоставком датих цена, и претпоставком да у потрошачкој корпи имамо само једну робу – поменути услови оптималности могу се приказати помоћу следећих једнакости:

$$\frac{c}{\Delta p_1} = \frac{GK_{P_1}}{GK_{D_1}}; \quad \frac{\Delta p_1}{c} = \frac{GK_{D_1}}{GK_{P_1}}.$$

Где су: $GK_{P_1} = \frac{\Delta D}{\Delta p_1}; \quad GK_{D_1} = \frac{\Delta D}{c_1}.$

И, где је значење наведених симбола: GK_{P_1} – гранична корисност робе p_1 чија се набавка повећава или смањује; GK_{D_1} – гранична корисност (увећаног или умањеног) дохотка.

На левој страни прве једнакости, у случају повећања дохотка, имамо граничну стопу супституције – цене (која је овде израз увећаног дохотка по јединици робе), са додајном количином робе из потрошачке корпе која се набавља ради увећања потрошње. Док, на левој страни друге једнакости, у случају смањења дохотка, имамо граничну стопу супституције – извесне количине робе из потрошачке корпе, са ценом као изразом (овде) умањеног дохотка по јединици робе.

* * *

У досадашњем приказу услова оптимизирања корисности у потрошњи имали смо у виду само већ преферирана добра. Међутим, анализа је могућа и под претпоставком промене скупа преферираних добара – у смислу избацивања појединих врста добара из потрошачке корпе, као и убацивања нових (из скупа почетно инфериорних добара). Но, она не би битно променила већ изнете ставове и закључке.

У прилогу или додатку овом поглављу приказујемо – уз помоћ хипотетичних примера – услове максимирања корисности и у сложенијим условима, тј. у условима где у потрошачкој корпи имамо више врста роба.

* * *

(3) Повећање дохотка резултира у повећању корисности, што смо овде показали. Поред тога, оно има и ефекат супституције. Са повећавањем реалног дохотка мења се структура потрошачке корпе и личне потрошње. Учесће једног добра у потрошњи може бити смањено или повећано; оно може бити делом замењено у потрошњи другим добрима, или оно само може делом заменити друга добра.

Супституцијски ефекат повећања реалног дохотка на једно добро можемо израчунати помоћу коефицијента супституције (КС):

$$КС = \frac{\Delta p / p}{\Delta D / D}.$$

Ако је вредност наведеног коефицијента већа од јединице, то значи да се повећава учешће тог добра у потрошачкој корпи и личној потрошњи. Међутим, ако је мања, значи супротно.

Незнатна промена нивоа дохотка једног домаћинства не утиче битно на структуру његове потрошачке корпе. На то, при мање-више истом доходу, утичу други фактори. Само изразите промене расположивог дохотка мењају значајно структуру личне потрошње домаћинства.

Потрошачка корпа је скуп бројних врста добара личне потрошње. Због тога се њена структура утврђује поједностављено – сврставањем (према заједничким основима) тих добара у групе. Анализом кретања овако агрегираних добара утврђују се промене у структури личне потрошње. На основу многих истраживања утврђено је следеће. Прво, са повећањем реалног дохотка и обима куповине и потрошње долази до опадања издатака за производе нужне потрошње. Друго, при томе се врши извесна супституција производа: производи нижег квалитета замењују се оним чији је квалитет на вишем нивоу. И треће, долази до пораста учешћа издатака за производе тзв. луксузне потрошње.⁸⁶⁾

⁸⁶⁾ Прва истраживања тих промена приписују се Е. Енгелу, немачком статистичару. Он је још 1857. године закључио следеће: да проценат трошкова исхране варира у обрнутом правцу од дохотка; да удео трошкова за одећу остаје апроксимативно исти какав год био доходак; да удео трошкова за становање, огрев и осветљење остаје апроксимативно исти без обзира на кретање дохотка; као и да се са повећањем дохотка повећава удео трошкова хигијене, културе, здравља, разоноде, путовања, спорта, итд. Ово наводимо према Д. Стојиљковићу. У вези са тим, он даље каже: „Реалност и важност ових закона је побудила интересовање и еко-

3. Интертемпорални избор потрошача

У претходном наслову било је речи о потрошачком избору и употреби дохотка у датом временском периоду. Међутим, потрошач у том периоду може потрошити мање или више него што му то омогућава износ дохотка. Због тога се поставља питање интертемпоралног избора.

Интертемпорални избор јесте избор потрошње у времену. Реч је овде о превлачењу или премештању дела потрошње из једног периода у други.

Потрошња једног домаћинства у наредном периоду (Π_2) може се израчунати према обрасцу:

$$\Pi_2 = D_2 + (D_1 - \Pi_1) \times (1 + \kappa), \quad \text{где је } \kappa = \%K / 100.$$

Где су: D_2 – очекивани доходак у наредном периоду; Π_1 – потрошња у претходном периоду; D_1 – остварени доходак у претходном периоду; $\%K$ – износ каматне стопе на позајмљена средства.

Из наведеног обрасца видимо следеће. Прво, ако је домаћинство потрошило у претходном периоду више од оствареног дохотка, тада му то прекорачење увећано за камату умањује потрошњу у наредном периоду. И друго, ако је потрошило мање, онда му ова уштеда увећана за камату стоји на располагању као додајни износ за потрошњу у наредном периоду.

(1) Ако домаћинство у датом периоду троши више од оствареног дохотка, то значи да има додајну потрошњу у том периоду ($\Delta\Pi_1$). Она мора бити компензирана (надокнађена, пребијена) умањеном потрошњом (у односу на доходак) у наредном периоду. У супротном, биће смањена расположива имовина домаћинства.

Код задуживања, домаћинство пре свега калкулише са садашњом вредношћу пораста дохотка у наредном периоду (ΔD_2), и са каматном стопом ($\%K$). У најбољем случају, оно сме да се задужује до висине садашње вредности повећања дохотка у наредном периоду (нпр. години):

$$\Delta\Pi_1 \leq \Delta D_2 / (1 + \kappa), \quad \text{где је } \kappa = \%K / 100.$$

Доходак се повећава под утицајем пораста цена. Ако је стопа инфлације већа од каматне стопе на позајмљена средства за потрошњу (а доходак се повећава у мери пораста инфлације), може се очекивати позитиван износ

номиста који су их, истражујући праксу, верификовали или демантовали. Први и четврти Енгелов закон су потврђени, док су други и трећи демантовани, немају општу важност.“ Види, др Драгољуб Стојиљковић: *Политичка економија социјализма*, Савремена администрација, Београд, 1988, стр. 163.

садашње вредности повећања дохотка. Затим, доходак се повећава под утицајем пораста општег нивоа продуктивности рада. Може се повећавати и из других разлога (услед повећања обима делатности домаћинства, новог запошљавања неког његовог члана, реорганизације у коришћењу расположиве имовине и других).

Задуженост је у стварности често већа од садашње вредности повећања дохотка у наредном периоду. У вези с тим, поставља се питање шта одређује горњу границу задуживања. Чини се да ову границу одређује збир садашње вредности повећања дохотка у наредном периоду и штедње домаћинства. Штедња је елемент имовине, али по суштини, она је одложена потрошња за будућност.

Краткорочна задуженост домаћинства – у оквиру датог периода – умањује његов остварени доходак у том периоду. Оно мора да плаћа камату на краткорочно позајмљена средства. Према томе, остварени доходак му служи не само за финансирање сопствене личне потрошње, него и за покривање банкарске марже.

(2) Мања потрошња домаћинства у датом периоду од његовог оствареног дохотка јесте уштеда или штедња. Чланови домаћинства опредељују се, најпре, да ли ће остварени доходак потрошити у целости, или ће један део уштедети. Склоност људи потрошњи и штедњи утврђује се коефицијентима, чији збир би требало да буде једнак јединици. Њихову склоност личној потрошњи показује однос између издатака за личну потрошњу и оствареног дохотка. А склоност штедњи, однос штедње и оствареног дохотка. Са повећањем оствареног дохотка, долази и до повећања склоности штедњи. И супротно, смањивање оствареног дохотка резултира у смањивању склоности штедњи. У случају значајног пада дохотка (за време криза и других изразито негативних промена) јавља се тзв. негативна штедња. Односно, расходи домаћинства за личну потрошњу већи су од дохотка који остварује.

Путем штедње увећава се имовина домаћинства. Она се може акумулирати у новчаном облику, тј. у облику неорочених и орочених штедних улога (депозита). Или, пак, трансформисати у неки други облик (у хартије од вредности, некретнине, покретна материјална добра и друго).

Штедња има три основне функције. Прво, служи као средство за увећање имовине домаћинства. То јест, као економска резерва која људима пружа извесну материјалну сигурност и стабилност њихове личне потрошње. Штедња представља основу задовољавања многих значајних потреба људи које се јављају повремено. Такође, омогућава извесну стабилност личне потрошње у периодима смањења дохотка. Друго, доноси власнику додајни доходак у облику камате (интереса) или у неком другом облику (зависно од врсте штедње односно пласмана). И треће, обезбеђује једној земљи средства која се могу користити за следеће намене. С једне стране, за отклањање за-

стоја и успостављање континуитета у репродукцији. И, с друге стране, за ширење тржишта и за развој. У значајној мери штедни улози грађана користе се за кредитирање личне потрошње.

4. Животни стандард

Квалитет живота у једној земљи називамо животним стандардом. Он зависи од два основна фактора. Први је степен развоја производних снага. Што је тај степен виши, то су веће могућности да људи живе квалитетније. На вишем нивоу развоја производних снага производне способности човека су веће. У јединици времена он производи више него ли раније. Односно, за производњу одређене масе производа потребно му је мање времена. Други фактор животног стандарда јесте облик друштвено-економског уређења. Реч је овде о томе како су утврђени друштвени односи; да ли у интересу свих, или више у интересу појединих група људи. Који су то парцијални интереси? Пре свега, то су интереси власника над капиталом и другим (пре свега) материјалним условима производње. Затим, интереси који се проглашавају општим и вишим друштвеним интересима, а уствари, припадају групи која држи власт и администрацији. И на крају, интереси радника. Веће производне способности у једној земљи биће искоришћене за то да људи боље живе – само ако друштвени односи нису конципирани у супротности са интересима сваке од поменутих група људи. Пракса је показала да противуречности парцијалних интереса могу постојати и у капитализму и у социјализму.

Животни стандард има више елемената.

Први елемент је обим и структура личне потрошње. Више производа за потрошњу, значи да ће људи своје потребе задовољавати у већој мери. Односно, да ће с тим квалитет њиховог живота бити бољи.

Други елемент представља слободно време човека. То је оно време које му преостаје сваког дана, недеље и године – после рада и задовољавања потреба које има у вези са егзистенцијом. Може га користити у доколици. Али, исто тако, за развој своје личности, као и за испољавање својих креативних способности у обласима којима је наклоњен. Слободно време људи повећава се са скраћивањем радног времена. Више слободног времена, значи да је квалитет живота бољи.

Трећи елемент чине радни услови. Они одређују квалитет живота радног човека у времену које проводи на послу. То су, пре свега: изложеност радника штетним утицајима на радном месту (интензивности и монотонији рада, буци, прабини, отровним испарењима, влази и хладноћи, недовољном и лошем осветљењу итд.) и њихова заштита; радни амбијент и међуљудски односи; могућности усавршавања и напредовања; партиципација у управљању процесом рада; као и сигурност запослења и радног места.

Као четврти елеменат могу се навести друштвени услови и брига о човеку. Ова компонента животног стандарда обухвата следеће: лична права и слободe; личну и имовинску безбедност; утврђивање зарада радника путем колективних уговора; просечну дужину живота грађана; развијеност и удаљеност објеката друштвеног стандарда (вртића, школа, здравствених установа, објеката за физичку и духовну културу и других); доступност образовања; здравствену заштиту; социјалну заштиту; као и друго. Друштво у коме се овом елементу животног стандарда придаје већи значај, има одлике социјално-демократског друштва.

И најзад, пети елеменат животног стандарда јесте природна средина која окружује човека, тј. у којој живи. Она може бити очувана и оплемењена, односно здрава. Или, пак, грубо искоришћена, загађена и нездрава. Реч је пре свега о води, ваздуху и земљишту.

У конципирању и остваривању друштвено-економског развоја мора се водити рачуна о свим компонентама животног стандарда. Ако се једна компонента занемарује или остварује на рачун друге, квалитет живота у целини биће лошији. Животни стандард треба да се повећава у складу са развојем производних способности друштва. Међутим, он често заостаје. На рачун животног стандарда може се повећавати акумулација. Или, вршити наоружавање. Ако то потраје, долази до противуречности у репродукцији и друштвено-економском развоју.

ДОДАТАК Глави VII

– хипотетични примери утврђивања оптималности потрошачког избора –

ПРИМЕРИ СУПСТИТУЦИЈЕ РОБА
ЗБОГ ПРОМЕНЕ ИНТЕНЗИТЕТА ПОТРЕБА
У ОДНОСУ НА ПОЧЕТНИ ИЗБОР

Пример 1, са две робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 = D;$ $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = D;$ $10 \times 100 + 40 \times 30 = 2.200.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 40\}.$	$-\Delta p_1 = -3;$ $\Delta p_2 = 10.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$-\Delta K_1 + \Delta K_2 = 0; \quad -\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2 = 0;$$

$$-3 \times 100 + 10 \times 30 = 0.$$

$$\frac{\Delta p_1}{\Delta p_2} = \frac{c_2}{c_1}; \quad \frac{3}{10} = \frac{30}{100}; \quad 0,3 = 0,3.$$

$$\text{ПИ, ПК} = \{p_1 = 7; p_2 = 50\}.$$

$$7 \times 100 + 50 \times 30 = 2.200.$$

Пример 2, са три робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + K_3 = D;$ $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + p_3 \times c_3 = D;$ $10 \times 100 + 40 \times 30 + 4 \times 50 = 2.400.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 40; p_3 = 4\}.$	$-\Delta p_1 = -4;$ $\Delta p_2 = 10;$ $\Delta p_3 = 2.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$-\Delta K_1 + \Delta K_2 + \Delta K_3 = 0; \quad -\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2 + \Delta p_3 \times c_3 = 0;$$

$$-4 \times 100 + 10 \times 30 + 2 \times 50 = 0.$$

$$\frac{\Delta p_1}{\Delta p_2 + \Delta p_3} = \frac{\text{ГКР}_{2,3}}{c_1}; \quad \frac{4}{10+2} = \frac{33,33}{100}; \quad 0,33 = 0,33.$$

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

$$\text{ГКР}_{2,3} = \frac{\Delta K_2 + \Delta K_3}{\Delta p_2 + \Delta p_3} = \frac{300 + 100}{10 + 2} = \frac{400}{12} = 33,33.$$

Где је: $\text{ГКР}_{2,3}$ – гранична корисност $p_2 + p_3$.

ПИ, ПК = $\{p_1 = 6; p_2 = 50; p_3 = 6\}$
 $6 \times 100 + 50 \times 30 + 6 \times 50 = 2.400.$

Пример 3, са три робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + K_3 = D;$ $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + p_3 \times c_3 = D;$ $10 \times 100 + 40 \times 30 + 40 \times 50 = 4.200.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 40; p_3 = 40\}.$	$-\Delta p_1 = -1;$ $-\Delta p_2 = -10;$ $\Delta p_3 = 8.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$-\Delta K_1 - \Delta K_2 + \Delta K_3 = 0; \quad -\Delta p_1 \times c_1 - \Delta p_2 \times c_2 + \Delta p_3 \times c_3 = 0;$$

$$-1 \times 100 - 10 \times 30 + 8 \times 50 = 0.$$

$$\frac{\Delta p_1 + \Delta p_2}{\Delta p_3} = \frac{c_3}{\text{ГКР}_{1,2}}; \quad \frac{1 + 10}{8} = \frac{50}{36,36}; \quad 1,375 = 1,375.$$

$$\text{ГКР}_{1,2} = \frac{\Delta K_1 + \Delta K_2}{\Delta p_1 + \Delta p_2} = \frac{100 + 300}{1 + 10} = \frac{400}{11} = 36,36.$$

ПИ, ПК = $\{p_1 = 9; p_2 = 30; p_3 = 48\}.$
 $9 \times 100 + 30 \times 30 + 48 \times 50 = 4.200.$

Пример 4, са пет роба у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5 = D;$ $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + p_3 \times c_3 + p_4 \times c_4 + p_5 \times c_5 = D;$ $10 \times 100 + 40 \times 30 + 40 \times 50 + 8 \times 25 + 2 \times 200 = 4.800.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 40; p_3 = 40; p_4 = 8; p_5 = 2\}.$	$-\Delta p_1 = -2;$ $-\Delta p_2 = -10;$ $\Delta p_3 = 2;$ $\Delta p_4 = 8;$ $\Delta p_5 = 1.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$-\Delta K_1 - \Delta K_2 + \Delta K_3 + \Delta K_4 + \Delta K_5 = 0;$$

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

$$\begin{aligned} -\Delta p_1 \times \text{ц}_1 - \Delta p_2 \times \text{ц}_2 + \Delta p_3 \times \text{ц}_3 + \Delta p_4 \times \text{ц}_4 + \Delta p_5 \times \text{ц}_5 &= 0; \\ -2 \times 100 - 10 \times 30 + 2 \times 50 + 8 \times 25 + 1 \times 200 &= 0; \\ -200 - 300 + 100 + 200 + 200 &= 0. \end{aligned}$$

$$\frac{\Delta p_1 + \Delta p_2}{\Delta p_3 + \Delta p_4 + \Delta p_5} = \frac{\text{ГКР}_{3,4,5}}{\text{ГКР}_{1,2}}; \quad \frac{2 + 10}{2 + 8 + 1} = \frac{45,45}{41,67}; \quad 1,09 = 1,09.$$

$$\text{ГКР}_{3,4,5} = \frac{\Delta K_3 + \Delta K_4 + \Delta K_5}{\Delta p_3 + \Delta p_4 + \Delta p_5} = \frac{100 + 200 + 200}{2 + 8 + 1} = \frac{500}{11} = 45,45.$$

$$\text{ГКР}_{1,2} = \frac{\Delta K_1 + \Delta K_2}{\Delta p_1 + \Delta p_2} = \frac{200 + 300}{2 + 10} = \frac{500}{12} = 41,67.$$

ПИ, ПК = { $p_1 = 8$; $p_2 = 30$; $p_3 = 42$; $p_4 = 16$; $p_5 = 3$ }.
 $8 \times 100 + 30 \times 30 + 42 \times 50 + 16 \times 25 + 3 \times 200 = 4.800.$

ПРИМЕРИ СУПСТИТУЦИЈЕ
ПОД УТИЦАЈЕМ ПРОМЕНЕ ЦЕНА

Пример 1, са три робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + K_3 = D$; $p_1 \times \text{ц}_1 + p_2 \times \text{ц}_2 + p_3 \times \text{ц}_3 = D$; $10 \times 100 + 20 \times 30 + 4 \times 50 = 1.800.$ ПИ, ПК = { $p_1 = 10$; $p_2 = 20$; $p_3 = 4$ }.	$-\Delta \text{ц}_1 = -25$; $-\Delta \text{ц}_2 = -10$; $\Delta p_2 = 10$; $\Delta p_3 = 5.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$\begin{aligned} -\Delta K_1 - \Delta K_2 + \Delta K_2 + \Delta K_3 &= 0; \\ -\Delta \text{ц}_1 \times p_1 - \Delta \text{ц}_2 \times p_2 + \Delta p_2 (\text{ц}_2 - \Delta \text{ц}_2) + \Delta p_3 \times \text{ц}_3 &= 0; \\ -25 \times 10 - 10 \times 20 + 10 (30 - 10) + 5 \times 50 &= 0; \\ -250 - 200 + 200 + 250 &= 0. \end{aligned}$$

$$\frac{\Delta \text{ц}_1 + \Delta \text{ц}_2}{\Delta p_2 + \Delta p_3} = \frac{\text{ГКР}_{2,3}}{\text{ГКН}_{1,2}}; \quad \frac{25 + 10}{10 + 5} = \frac{30}{12,86}; \quad \frac{35}{15} = \frac{30}{12,86}; \quad 2,33 = 2,33.$$

$$\text{ГКР}_{2,3} = \frac{\Delta p_2 (\text{ц}_2 - \Delta \text{ц}_2) + \Delta p_3 \times \text{ц}_3}{\Delta p_2 + \Delta p_3} = \frac{10 (30 - 10) + 5 \times 50}{10 + 5} = \frac{450}{15} = 30.$$

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

$$ГКН_{1,2} = \frac{\Delta c_1 \times p_1 + \Delta c_2 \times p_2}{\Delta c_1 + \Delta c_2} = \frac{25 \times 10 + 10 \times 20}{25 + 10} = \frac{450}{35} = 12,86.$$

ПИ, ПК = { $p_1 = 10$; $p_2 = 30$; $p_3 = 9$ }.
 $10 \times 75 + 30 \times 20 + 9 \times 50 = 1.800.$

Пример 2, са три робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + K_3 = D$;	$\Delta c_1 = 25$;
$p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + p_3 \times c_3 = D$;	$\Delta c_2 = 10$;
$10 \times 100 + 20 \times 30 + 8 \times 50 = 2.000.$	$-\Delta p_1 = -2$;
ПИ, ПК = { $p_1 = 10$; $p_2 = 20$; $p_3 = 8$ }.	$-\Delta p_3 = -4.$

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$-\Delta K_1 - \Delta K_3 + \Delta K_1 + \Delta K_2 = 0$;
 $-\Delta p_1 (c_1 + \Delta c_1) - \Delta p_3 \times c_3 + p_1 \times \Delta c_1 + p_2 \times \Delta c_2 = 0$;
 $-2(100 + 25) - 4 \times 50 + 10 \times 25 + 20 \times 10 = 0$;
 $-250 - 200 + 250 + 200 = 0.$

$$\frac{\Delta p_1 + \Delta p_3}{\Delta c_1 + \Delta c_2} = \frac{ГКН_{1,2}}{ГКР_{1,3}}; \quad \frac{2 + 4}{25 + 10} = \frac{12,86}{75}; \quad \frac{6}{35} = \frac{12,86}{75}; \quad 0,17 = 0,17.$$

$$ГКН_{1,2} = \frac{\Delta c_1 \times p_1 + \Delta c_2 \times p_2}{\Delta c_1 + \Delta c_2} = \frac{25 \times 10 + 10 \times 20}{25 + 10} = \frac{450}{35} = 12,86.$$

$$ГКР_{1,3} = \frac{\Delta p_1 (c_1 + \Delta c_1) + \Delta p_3 \times c_3}{\Delta p_1 + \Delta p_3} = \frac{2(100 + 25) + 4 \times 50}{2 + 4} = \frac{450}{6} = 75.$$

ПИ, ПК = { $p_1 = 8$; $p_2 = 20$; $p_3 = 4$ }.
 $8 \times 125 + 20 \times 40 + 4 \times 50 = 2.000.$

ПРИМЕРИ СУПСТИТУЦИЈЕ
ПОД УТИЦАЈЕМ ПРОМЕНЕ ДОХОТКА

Пример 1, са две робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру:	Промене почетних износа:
$K_1 + K_2 + = D$;	$\Delta D = 250$;

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

$p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = D;$ $10 \times 100 + 4 \times 50 = 1.200.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 4\}.$	$\Delta p_1 = 1;$ $\Delta p_2 = 3.$
---	--

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$\Delta K_1 + \Delta K_2 = \Delta D;$$

$$\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2 = \Delta D;$$

$$1 \times 100 + 3 \times 50 = 250.$$

$$\frac{c_1 + c_2}{\Delta p_1 + \Delta p_2} = \frac{\text{ГКР}_{1,2}}{\text{ГКД}_{1,2}}; \quad \frac{100 + 50}{1 + 3} = \frac{62,5}{1,67}; \quad \frac{150}{4} = \frac{62,5}{1,67}; \quad 37,5 = 37,5.$$

$$\text{ГКР}_{1,2} = \frac{\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2}{\Delta p_1 + \Delta p_2} = \frac{\Delta D}{\Delta p_1 + \Delta p_2} = \frac{250}{4} = 62,5;$$

$$\text{ГКД}_{1,2} = \frac{\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_2 \times c_2}{c_1 + c_2} = \frac{\Delta D}{c_1 + c_2} = \frac{250}{150} = 1,67.$$

$$\text{ПИ, ПК} = \{p_1 = 11; p_2 = 7\}.$$

$$11 \times 100 + 7 \times 50 = 1.450.$$

Пример 2, са три робе у потрошачкој корпи

Почетни износи у примеру: $K_1 + K_2 + K_3 = D;$ $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 + p_3 \times c_3 = D;$ $10 \times 100 + 20 \times 30 + 8 \times 50 = 2.000.$ ПИ, ПК = $\{p_1 = 10; p_2 = 20; p_3 = 8\}.$	Промене почетних износа: $-\Delta D = -400;$ $-\Delta p_1 = -3;$ $-\Delta p_3 = -2.$
--	---

Израчунавање нових износа и услова оптималности:

$$-\Delta K_1 - \Delta K_3 = -\Delta D;$$

$$-\Delta p_1 \times c_1 - \Delta p_3 \times c_3 = -\Delta D;$$

$$-3 \times 100 - 2 \times 50 = -400;$$

$$\frac{\Delta p_1 + \Delta p_3}{c_1 + c_3} = \frac{\text{ГКД}_{1,3}}{\text{ГКР}_{1,3}}; \quad \frac{5}{150} = \frac{2,67}{80}; \quad 0,033 = 0,033.$$

$$\text{ГКД}_{1,3} = \frac{\Delta D}{c_1 + c_3} = \frac{\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_3 \times c_3}{c_1 + c_3} = \frac{400}{150} = 2,67.$$

$$\text{ГКР}_{1,3} = \frac{\Delta Д}{\Delta p_1 + \Delta p_3} = \frac{\Delta p_1 \times c_1 + \Delta p_3 \times c_3}{\Delta p_1 + \Delta p_3} = \frac{400}{5} = 80.$$

ПИ, ПК = { $p_1 = 7$; $p_2 = 20$; $p_3 = 6$ }.
 $7 \times 100 + 20 \times 30 + 6 \times 50 = 1.600.$

КЉУЧНИ ПОЈМОВИ

1. Лична потрошња; 2. Домаћинство; 3. Буџет домаћинства; 4. Личне економске потребе; 5. Интензитет потребе; 6. Доходак домаћинства; 7. Преференције; 8. Потрошачки избор, потрошачка корпа; 9. Гранична стопа супституције; 10. Интертемпорални избор потрошача; 11. Штедња; 12. Животни стандард становништва.

ПИТАЊА ЗА ОБНАВЉАЊЕ ГРАДИВА И ДИСКУСИЈУ

1. Какву тенденцију има лична потрошња, и зашто?
2. Шта знаш о потребама као фактору личне потрошње?
3. Шта знаш о доходу као фактору личне потрошње?
4. Шта знаш о ценама као фактору личне потрошње?
5. Који су остали основни фактори личне потрошње?
6. Под којим условима се оптимизира потрошачки избор или потрошачка корпа домаћинства?
7. У ком правцу се мења структура потрошачке корпе са повећањем реалног дохотка?
8. Како можемо израчунати супституцијски ефекат повећања реалног дохотка на једно добро? Напиши образац!
9. Како можемо израчунати потрошњу једног домаћинства у наредном периоду? Напиши образац!
10. Како израчунавамо могући износ задуживања у датом периоду?
11. Шта чини горњу границу задуживања?
12. Како се утврђује склоност једног домаћинства потрошњи, а како његова склоност штедњи?
13. Које су основне функције штедње?
14. Која су два основна фактора животног стандарда?
15. Наведи основне елементе или садржај животног стандарда!

ЗАДАЦИ ЗА ВЕЖБАЊЕ И ПРОВЕРУ ЗНАЊА

1. Домаћинство остварује приход од пољопривреде од 800, уз трошкове производње пољопривредних производа од 300. Вредност његове натуралне производње је 250. Порез на имовину овог домаћинства је 100. *Израчунај износ његовог дохотка!*

2. Домаћинство остварује приход из радног односа од 900 и приход у облику камате од 300. Затим, остварује и натуралну производњу у вредности од 100. На имовину плаћа порез од 50. *Израчунај износ његовог дохотка!*

3. Доходак домаћинства је 100.000. Роба 1 из његове потрошачке корпе купује се у количини од 50 по цени од 80. Дошло је до повећања дохотка за 500. *Израчунај количину ове робе која се може набавити: а) ако се целокупни износ повећања дохотка употреби за додајну набавку само ове робе, као и б) ако се за додајну набавку ове робе употреби четири петине повећања дохотка!*

4. Роба 1 из потрошачке корпе једног домаћинства купује се у количини од 100 по цени од 20. Дошло је до повећања њене цене за 20%. *Израчунај у случају ове робе: а) ефекат промене дохотка домаћинства и б) ефекат супституције!*

5. Роба 1 из потрошачке корпе једног домаћинства купује се у количини од 100 по цени од 20. Дошло је до снижења њене цене за 10%. *Израчунај у случају ове робе: а) ефекат промене дохотка домаћинства и б) ефекат супституције!*

6. *Израчунај (у облику коефицијента) супституцијски ефекат повећања дохотка на добро 1, ако су: $D = 1.000$, $\Delta D = 120$, $p_1 = 50$ и $\Delta p_1 = 2$! На основу вредности израчунатог коефицијента, укажи да ли је са повећањем дохотка, и како, дошло до промене учешћа добра 1 у потрошњи односно у потрошачкој корпи!*

7. Садржај две робе из потрошачке корпе (од више њих) је: $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = 10 \times 100 + 4 \times 50$. Услед повећања дохотка, дошло је до следећих промена количина ових роба: $\Delta p_1 = 2$, $\Delta p_2 = 3$. *Израчунај граничну стопу супституције повећања дохотка са количином робе 1 и робе 2! Израчунај граничну корисност робе 1 и 2 ($GKР_{1,2}$) и граничну корисност новца која произилази из повећања дохотка ($GКД_{1,2}$)!*

8. Садржај две робе из потрошачке корпе (од више њих) је: $p_1 \times c_1 + p_2 \times c_2 = 10 \times 100 + 40 \times 30$. Дошло је, затим, до следећих промена количина ових роба: $\Delta p_1 = -4$, $\Delta p_2 = 10$. *Израчунај граничну стопу супституције робе 1 са робом 2! Израчунај граничну корисност робе 1 ($GКР_1$) и граничну корисност робе 2 ($GКР_2$)!*

9. *Израчунај потрошњу домаћинства у наредном периоду (Π_2) у следећим случајевима: а) ако су $D_1 = 1.100$, $\Pi_1 = 1.100$, КС (каматна стопа) = 10 и $D_2 = 1.200$; б) ако су $D_1 = 1.100$, $\Pi_1 = 1.000$, КС (каматна стопа) = 10 и $D_2 = 1.200$; као и в) ако су $D_1 = 1.100$, $\Pi_1 = 1.200$, КС (каматна стопа) = 10 и $D_2 = 1.200$!*

10. *Израчунај могућност задуживања (додајне потрошње) у периоду 1, ако су: износ повећања дохотка у наредном периоду 250 ($\Delta D_2 = 250$) и каматна стопа 10 (КС = 10)!*

Глава VII
ЛИЧНА ПОТРОШЊА И ПОТРОШАЧКИ ИЗБОР

РЕЗИМЕ

1. У крајњем случају, производи се ради задовољавања потреба људи. Лична потрошња, која се остварује у оквиру домаћинства, има примарни значај. Производна потрошња у функцији је углавном личне потрошње, као и делом друштвене потрошње. Друштвена потрошња не би требало да се остварује и димензионира у противуречности са личном потрошњом.

Са повећањем производних могућности (продуктивности рада) лична потрошња се по обиму повећава и квалитативно развија. Истовремено, прелази се на потрошњу квалитетнијих добара. Јављају се и нове потребе.

2. На личну потрошњу утичу пре свега следећи фактори: потребе, доходак, продајне цене производа и услуга, расположиве врсте и количине роба на тржишту, као и имовина домаћинства која је израз већ расположивих добара у потрошњи. Доходак је израз платежно-способне тражње. Његов износ имплицитно се повећава за вредност остварене натуралне производње. Доходак и цене производа и услуга на тржишту одређују обим личне потрошње. Промена цена има тзв. ефекат дохотка и ефекат супституције. Реч је овде о промени износа реалног дохотка, као и о замени снижења цене додајном количином робе за потрошњу или супротно (замени-смањењу извесне количине добра у потрошњи износом повећања цене).

3. Једно добро у потрошњи пружа потрошачу осећај корисности или задовољства. Ова корисност опада са повећањем расположиве количине добра. Приликом набавке, потрошач корисност јединице одређеног добра вреднује новцем којим плаћа ту јединицу (ова количина новца по јединици добра назива се ценом). Он је спреман да за додајну јединицу добра издвоји и плати све мању суму новца. Одавде произилази да линија тражње (тражене количине једног добра) има силазни облик, тј. нагиб удесно (у првом квадранту правоуглог координатног система).

Када је реч о једном добру, треба разликовати његову укупну, просечну и граничну корисност.

4. Појединац (односно домаћинство) у потрошњи тежи максимирању корисности. Избор добара за потрошњу називамо потрошачким избором или потрошачком корпом. Максимална корисност потрошачке корпе остварује се под следећим условима: 1) ако је корисност свих роба из ове корпе, у изразу њихове вредности, једнака оствареном дохотку као изразу могуће ко-

рисности; 2) у случају датих, непроменљивих, цена на тржишту – ако је повећање корисности роба (корисности у приказаном смислу) које се набављају више него раније једнако смањењу корисности роба које се набављају мање; 3) ако је повећање корисности због набавке веће количине роба него раније једнако умањеној вредности већ преферираних роба услед снижавања њихових цена на тржишту; 4) ако је смањење корисности роба које се набављају у мањој количини него раније једнако увећаној вредности већ преферираних роба због повећања њихових цена на тржишту; 5) ако се износ повећања дохотка користи за набавку додајне количине роба за потрошњу; као и, б) ако је износ смањења дохотка једнак вредности умањене количине набавке добара за личну потрошњу.

Повећање дохотка резултира у повећању могуће корисности. Али, оно има и супституцијски ефекат. Са повећањем реалног дохотка мења се структура потрошачке корпе и личне потрошње. Учешће једног добра у потрошњи може бити промењено; оно може бити делом замењено у потрошњи другим добром, или оно само може делом заменити друга добра.

5. Потрошња се остварује у времену. То значи да се део оствареног дохотка може потрошити у будућем периоду. Такође, значи да се у садашњем периоду може потрошити више него што дозвољава остварени доходак, односно да се може потрошити део дохотка који ће тек бити остварен. У вези с тим, поставља се питање интертемпоралног избора потрошача.

6. Превлачење потрошње из једног периода у други има своју цену у камати која се добија или плаћа. Ако је домаћинство потрошило мање у претходном периоду, онда му та уштеда увећана за камату стоји на располагању као додајни износ потрошње у наредном периоду. Док, ако је потрошило више, тада му то прекорачење увећано за камату умањује потрошњу у садашњем периоду.

7. Најчешће, домаћинство не троши целокупни износ дохотка, него један део штеди. Штедња се јавља као одложена потрошња за неки будући период. Она има више функција.

8. Доходак има тенденцију повећања. Домаћинство може израчунати садашњу вредност очекиваног повећања свог дохотка у будућем периоду. Често, она представља основу превлачења дела потрошње из наредног у садашњи период, тј. задуживања. Горња граница задуживања објективно је одређена збиром садашње вредности повећања дохотка у наредном периоду и штедње домаћинства.

9. Лична потрошња у највећој мери одређује квалитет живота људи. Међутим, не могу се занемаривати остали фактори. Животни стандард зависи и од: дужине слободног времена; услова на раду; слободе, положаја и заштите појединаца у друштву; као и квалитета природне средине.

ИЗВОД ИЗ ЛИТЕРАТУРЕ

БАЈТ, Aleksander: Osnovi ekonomske analize i politike, Informator, Zagreb, 1979.

BODIE, Zvi / KANE, Alex / MARKUS, J. Alan: Osnovi investicija, DATA STATUS, Beograd, 2009.

BURDA, Majkl – VIPLOŠ, Čarls: Makroekonomija – evropski udžbenik, CLDS, Beograd, 2004.

VARIJAN, R. Hal: Mikroekonomija – moderan pristup, Ekonomski fakultet, Beograd, 2003.

ВАСИЉЕВИЋ, С. Мирко: Компанијско право, Правни факултет, Београд, 2005.

GHEMAWAT, Pankaj: Redefiniranje globalne strategije (prelaženje granica u svijetu u kojem su razlike još uvijek važne), MATE, Zagreb, 2010.

ГОЛУБОВИЋ, Срђан: Основи пословних и банкарских финансија, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2010.

ГРОЗДАНОВИЋ, др Драгиша: Економика предузећа – резултати, принципи, ефикасност, Универзитет у Нишу, 2002.

DIMITRIJEVIĆ, Marina – OBRADOVIĆ, Goran: Funding Social Insurance; U: Facta Universitatis, Series Law and Politics, University of Niš, Niš, 2008.

ДРАГИШИЋ, др Драгољуб (и др.): Политичка економија, Економски факултет, Београд, 1997.

БУРОВИЋ, др Радомир – ЋИРИЋ, Љ. др Александар: Међународно трговинско право – општи део, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2005.

Економисти нобеловци 1990 – 2003, Економски факултет, Београд, 2004.

Економска енциклопедија I и II, Савремена администрација, Београд, 1984.

ЗДРАВКОВИЋ, др Душан: Увод у економију, Five & Co, Ниш, 2007.

ЗДРАВКОВИЋ, др Душан: Механизам цена, Економски факултет, Ниш, 2002.

ЗДРАВКОВИЋ, др Душан (и др.): Теорија и политика цена, Економски факултет, Ниш, 2008.

ЗДРАВКОВИЋ, Душан – КИТАНОВИЋ Драгослав: Принципи економије, Економски факултет, Ниш, 2004.

ЗЛАТКОВИЋ, др Живорад: Економика трговине, Економски факултет (и др.), Ниш, 1995.

ИЛИЋ, др Богдан: Актуелна питања савремене политичке економије, Савремена администрација, Београд, 1995.

ИЛИЋ, др Богдан: Информатичко друштво и нова економија, СД Публик, Београд, 2003.

ИЛИЋ, др Богдан (и др.): Политичка економија, Савремена администрација, Београд, 2000.

Индустријска демократија у Западној Европи (зборник радова), Институт за изучавање радничког покрета, Београд, 1967.

ЈОИЋ, др Радојица: Теорија тржишта и цена, Пергамент, Приштина, 1995.

КИТАНОВИЋ, др Драгослав (и др.): Основи економије, Економски факултет, Ниш, 2009.

КИТАНОВИЋ, Драгослав – МИТРОВИЋ, Бранислав: Начела економије, Економски факултет, Ниш, 2007.

КРСТИЋ, др Борко: Банкарство, Економски факултет, Ниш, 1996.

КРСТИЋ, др Јован: Инструменти финансијско-рачуноводственог извештавања, Економски факултет, Ниш, 2002.

ЛАБУС, др Мирољуб: Основи економије, Стубови културе, Београд, 2002.

ЛАБУС, др Мирољуб – ШОШКИЋ, др Драгутин: Основи политичке економије, НОМОС, Београд, 1992.

МАЈСЕН, др Ђељко: Трошкови у теорији и пракси, Informator, Zagreb, 1976.

МАКСИМОВИЋ, Иван: Политичка економија, Савремена администрација, Београд, 1980.

МАНКЈУ, N. Gregori: Principi ekonomije, Ekonomski fakultet, Beograd, 2008.

МАРКОВИЋ, др Љубисав – СОКИЋ, др Сретен: Економија, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1996.

МАРКС, Карл: Капитал I – III, Просвета, Београд, 1977.

MARSHALL, Alfred: Načela ekonomike, SEKADE, Zagreb, 1987.

МЕДОЈЕВИЋ, др Бранко: Ренте и коришћење природних ресурса, Економски факултет, Београд, 1991.

МИЛАДИНОВИЋ, др Зоран: Субјективна права интелектуалне својине, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2004.

МИЛЕНОВИЋ, Б. Дара: Пословно право, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2009.

МИЛЕНОВИЋ, С. др Божидар: Микроекономија, Факултет за трговину и банкарство Универзитета "Браћа Карић", Београд, 2001.

MILENOVIĆ, S. dr Božidar: Kanali marketinga, Fakultet za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“, Beograd, 2007.

MILENOVIĆ, S. dr Božidar: Principi marketinga, Fakultet za trgovinu i bankarstvo Univerziteta „Braća Karić“, Beograd, 2006.

МИЛОШЕВИЋ, др Властимир (и др.): Економика предузећа, Просвета, Ниш, 1996.

МИЛОШЕВИЋ, др Властимир: Теорија трошкова, Просвета, Ниш, 1997.

MISHKIN, S. FREDERIC: Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta, Data status, Beograd, 2006.

МИТРОВИЋ, др Љубомир (и др.): Основи економије, Графотраде, Чачак, 2003.

МИШИЋ, др СЛАВОЉУБ: Социјално-психолошке импликације процеса приватизације, Економске теме, Ниш, 1-2/2002.

НИКОЛИЋ, др Миодраг – ГЛИГОРИЈЕВИЋ, др Живорад: Економика индустрије, Економски факултет, Ниш, 2000.

PALLOIN, Christian: Svjetska kapitalistička privreda i multinacionalne kompanije, Stvarnost, Zagreb, 1979.

ПЕРИЋ, др Живојин: Планирање и пословна политика ОУР, Савремена администрација, Београд, 1977.

ПЕРИЋ, др Живојин – ПРЕДИЋ, др Биљана: Планирање и развојна политика предузећа, Научна књига, Београд, 1997.

ПЕТРОВИЋ, др Јован: Политичка економија, Просвета, Ниш, 1987.

ПЕТРОВИЋ, др Часлав: Политичка економија, МБ - Графика, Ниш, 2002.

PINDYCK, S. Robert, RUBINFELD L. Daniel: Mikroekonomija, Mate, Zagreb, 2005.

ПЈАНИЋ, др Зоран (и други): Специфична цена производње и стварне цене у привреди Југославије 1964 – 1968, Институт друштвених наука, Београд, 1971.

ПЈАНИЋ, др Зоран: Теорија цена, Савремена администрација, Београд, 1988.

ПОПОВ, др Ђорђе – СТАНКОВИЋ, др Фуада: Политичка економија, Правни факултет, Нови Сад, 1992.

РОРОВИЋ, Дејан: Nauka o porezima i poresko pravo, Open Society Institute / Constitutional and Legislative Policy Institute, Budapest, 1997.

PORTER, E. Michael: Competitive Strategy, Free Press, New York ..., 2004.

ПОРТЕР, Е. Мајкл: О конкуренцији, ФЕФА – Факултет за економију, финансије и администрацију, Београд, 2008.

ПРАЈЗЕР, Ерих: Политичка економија данас, Институт за спољну трговину, Београд, 1969.

ПРЕДИЋ, проф. др Биљана: Стратегијско и тактичко планирање и политика предузећа, Научна КМД, Београд, 2004.

RAJU, Jagmohan – ZHANG, Z. John: Pametno određivanje cijena (Kako Google, Priceline i vodeće svjetske kompanije koriste inovacije u određivanju cijena da bi ostvarile profitabilnost), MATE, Zagreb, 2011.

ROBINSON, Joan – EATWEL, John: Uvod u suvremenu ekonomiku, Centar za kulturnu djelatnost SSO Zagreb, Zagreb, 1981.

RUMJANCEV, A. M. (i drugi): Politička ekonomija socijalizma, Centar za kulturnu djelatnost SSO Zagreb, Zagreb, 1982.

SABOLOVIĆ, dr Dušan: Historija politička ekonomija, Informator, Zagreb, 1972.

SAKS, D. Džefri: Doba održivog razvoja, CIRSD i Službeni glasnik, Београд, 2014.

SAMUELSON, A. Paul: Економија, Савремена администрација, Београд, 1969.

SAMUELSON, A. Paul: Економска читанка, NZ Matice Hrvatske, Zagreb, 1975.

SAMUELSON, A. Paul – NORDHAUS, D. William: Економија, Мате, Zagreb, 2000.

СЕРЈЕВИЋ, Вања: Правна заштита конкуренције у међународној трговини (докторска дисертација), Правни факултет Универзитета у Нишу, 2014.

СЕРЈЕВИЋ, Владимир: Најважнији проблеми и актуелна питања политичке економије, Сириус, Ниш, 1993.

СЕРЈЕВИЋ, Владимир: Основи економије, СКЦ, Ниш, 2010.

СЕРЈЕВИЋ, Владимир – ПЕТРОВИЋ, Часлав: Основи економије II, СКЦ, Ниш, 2008.

СИМОНОВИЋ, др Драгољуб – ЂЕКИЋ, др Снежана: Економика пољопривреде, Економски факултет, Ниш, 2000.

СПАСИЋ, Видоје: Савремени системи електронског плаћања; У: Право и привреда, Удружење правника у привреди СР Југославије, 2001.

STIGLIC, E. Džozef: Slobodan pad (Amerika, slobodna tržišta i slom svetske privrede), Akademска knjiga, Novi Sad, 2013.

СТОЈИЉКОВИЋ, др Драгољуб: Политичка економија социјализма, Савремена администрација, Београд, 1988.

СТОЈИЉКОВИЋ, др Милорад – КРСТИЋ, др Јован: Финансијска анализа, Економски факултет, Ниш, 2000.

ЋИРИЋ, Љ. Александар: Међународно трговинско право – општи део, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2010.

Владимир Серјевић, Вања Серјевић
ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА – теоријски основи

ЋИРИЋ, др Александар – ЦВЕТКОВИЋ, мр Предраг: Међународно трговинско право – есеји, Центар за публикације Правног факултета у Нишу, Ниш, 2001.

НАЈЕК, fon Fridrih: Cene i proizvodnja, Službeni glasnik, 2008.

ХОРВАТ, др Бранко: Економска анализа I – производња и технолошки прогрес, Привредно-финансијски водич, Београд, 1972.

НОРВАТ, Branko: Politička ekonomija socijalizma, Globus, Zagreb, 1984.

ХОРВАТ, Бранко: Радна теорија цијена – и неки други неријешени проблеми економске теорије, Рад, Београд, 1987.

ЦВЕТАНОВИЋ, др Слободан – МИТРОВИЋ, др Бранислав: Основи макроекономије, Економски факултет, Ниш, 2003.

ЦВЕТКОВИЋ, др Љубиша: Маркетинг концепт организације производње, Просвета, Ниш, 1996.

ЦВЕТКОВИЋ, др Предраг: Међународно право страних инвестиција, Задужбина Андрејевић, Београд, 2007.

SHAVELL, Steven: Temelji ekonomske analize prava, MATE, Zagreb, 2009.

ШЕЋКОВИЋ, др Дамјан: Политичка економија, МРГ, Беч, 1994.

ШОШКИЋ, др Бранислав: Теорија вредности – класична економска анализа, Савремена администрација, Београд, 1971.

БЕЛЕШКА О АУТОРИМА

Владимир Серјевић рођен је у Зајечару 1947. године. Редовни је професор, у пензији, Правног факултета Универзитета у Нишу. Током рада на овом факултету, у периоду 1980 – 2011. године, био је ангажован на предметима Политичка економија и Основи економије. Пре тога, од 1970. године, радио је у два привредна предузећа (у Нишу и Крушевцу).

Његове књиге из области основа микро и макро економије (у издању СКЦ, Ниш, 2010) доступне су на интернету у електронском облику – за читање и преузимање за личну некомерцијалну употребу.

По струци је економиста. После економске школе (књиговодственог смера) завршио је студије на Економском факултету Универзитета у Нишу. На овом факултету магистрирао је и докторирао из области маркетинга и економије рада.

Вања Серјевић рођена је у Крушевцу 1977. године. Судија је Привредног суда у Нишу. 2014. године докторирала је на Правном факултету Универзитета у Нишу, одбранивши дисертацију под насловом: *Правна заштита конкуренције у међународној трговини*. Написала је и објавила већи број радова, пре свега из привредно-правне области.

Владимир Серјевић
v.serjevic@prafak.ni.ac.rs

Вања Серјевић
vanjaserjevic@gmail.com

CIP – Каталогизација у публикацији – Народна библиотека Србије, Београд

330.11(0.034.2)

СЕРЈЕВИЋ, Владимир, 1947-

Пословна економија [Електронски извор] : теоријски основи / Владимир Серјевић, Вања Серјевић. – 1. изд. – Ниш : Студентски културни центар, 2016 (Ниш : Punta). – 1 електронски оптички диск (CD-ROM) : текст ; 12 cm

Системски захтеви: Нису наведени. – Насл. са насловног екрана. – Тираж 50. – Садржи библиографију.

ISBN 978-86-7757-229-7

1. Серјевић, Вања, 1977- [аутор]

а) **Пословна економија**

COBISS.SR-ID 224193548

