



АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА ШАБАЦ
Одсек за медицинске и пословно-технолошке студије

ПОСЛОВНО ОКРУЖЕЊЕ

Зоран Јокић

Асистентица:

Јелена Јевтић

Студент:

Поштоване колеге, имајући у виду околности у којима радимо припремио сам краћу (ефикаснију верзију „Пословног окружења), а све са циљем да и поред ванредних околности успешно завршите ову годину студија. Конкретно, то значи да ћу у наредном периоду (сваке седмице) урадити за сваку тему која је планирана оно што сам проценио као најважније. Све што будете добили у поменутој форми биће Ваша обавеза на предстојећем испиту (тесту). Вама и Вашој породици све најбоље, с поштовањем.

1.Држава

Одговорност државе је веома велика, јер од ефективности и ефикасности њених активности зависити опстанак и развој читавог друштва. Држава мора увек имати на уму два принципа ефикасност и правичност или другачије речено неопходност и оправданост својих активности како би позитивно утицала на максимизирање друштвеног благостања друштва. У вези с тим може се закључити да држава није човек који треба да се усмери ка максимизирању материјалног богатства, држава треба да брине и о нематеријалним вредностима једног друштва. Конкретно, држава треба да буде у неку руку савест и свест друштва која ће утицати на поправљање егоистичне природе једног дела човековог бића (утицај на његов систем вредности). Уколико се човеку дозволи да у току свог живота акценат даје на своје две неопходности *имати и бити*¹, тада он код себе развија охолост, грамзивост, похлепу и нарцисоидност. Конкретно, уколико држава допусти да се себичност прекомерно развије имаће за последицу негативна кретања у друштву као што су: ратови, болести, економске кризе, еколошке катастрофе и сл. и у овоме се може видети сва важност друштвене одговорности државних институција у једном друштву. Да би човек постао *сачовек* по Алфреду Адлеру² потребно је да се развија не само у физиолошком, интелектуалном него и у духовном смислу³, тада ће човек бити одговоран према себи и према другим људима. Ову одговорност мора, а понекад може искључиво да развија и негује држава.

На основу поменутог неупитна је улога савремене државе у смислу њеног регулисања пословног окружења и то у смислу⁴:

1. регулисања рада монопола,

¹ О овоме је говорио познати немачко-амерички социолог и филозов Ерих Фром у својој књизи „Имати или бити“.

² О овоме више видети у књизи Адлер А., (2012.), „Познавање човека“, Дерета, Београд.

³ Јеротић В., (2005.), „Сабрана дела, књига 9.“, Арс Либри, Београд, стр. 146.

⁴ О овоме више видети: Stiglitz J. E., (2004.), „Економија јавног сектора“, Економски факултет, Београд, стр. 75-91.

2. регулисању јавна добра,
3. регулисању екстерналија,
4. регулисању асиметричних информација,
5. регулисању непотпуних тржишта,
6. утицај на економске токове,
7. регулисање моралног хазарда⁵.

Када је реч о монополима држава треба да ограничава природне монополе као и да процењује оправданост оснивања природних монопола у државној режији. Држава треба да се брине о снабдевању једног друштва неопходним јавним добрима. Такође држава једина има ресурсе да може утицати на максимизацију позитивних екстерналија и минимизацију негативних екстерналија. Држава има моћне ресурсе и као таква има снагу и моћ да може утицати на развој непотпуних тржишта. Даље, држава је једина сила која може решити проблем асиметричних информација као и спречавање неодговорног понашања појединаца.

Држава као институција има важне економске функције коју утичу на ниво животног стандарда сваког члана односне државе. Тако на пример стручњак за јавне финансије Ричард Мазгрејв (Richard Musgrave) говори да држава има следеће три економске функције и то: стабилизациону, алокативну и дистрибутивну. На најбољи начин може се видети стабилизациона функција државе у кризним временима. Тада држава комбинацијом фискалних и монетарних мера утиче на елиминисање негативних макроекономских кретања (пада БДП, повећању запослености, девизном курсу, референтне каматне стопе, елиминисању страха у пословном окружењу ...) Дистрибутивна функција државе односи се на социјалну функцију тј. на понову дистрибуцију ресурса које је учинило тржиште. Фискална политика је изузетно важна у свакој држави и односи се на остваривања другог принципа економске политике „праведности“.

Алокативна функција државе зависи од преовлађујућих обележја односно пословног окружења. Држава, својим ресурсима треба да се бори за конкурентско пословно окружење јер само на такав начин може се остварити максимизирање друштвеног благостања. Опстанак, раст и развој друштва може се остварити у условима Парето ефикасности. Када говоримо о конкурентском пословном окружењу постоје три ефикасности које морају егзистирати како би се остварила Парето ефикасност тј. максимизирање друштвеног благостања постојећег пословног окружења и то:

1. ефикасност у размени (разменска ефикасност),
2. ефикасност у производњи (производна ефикасност),

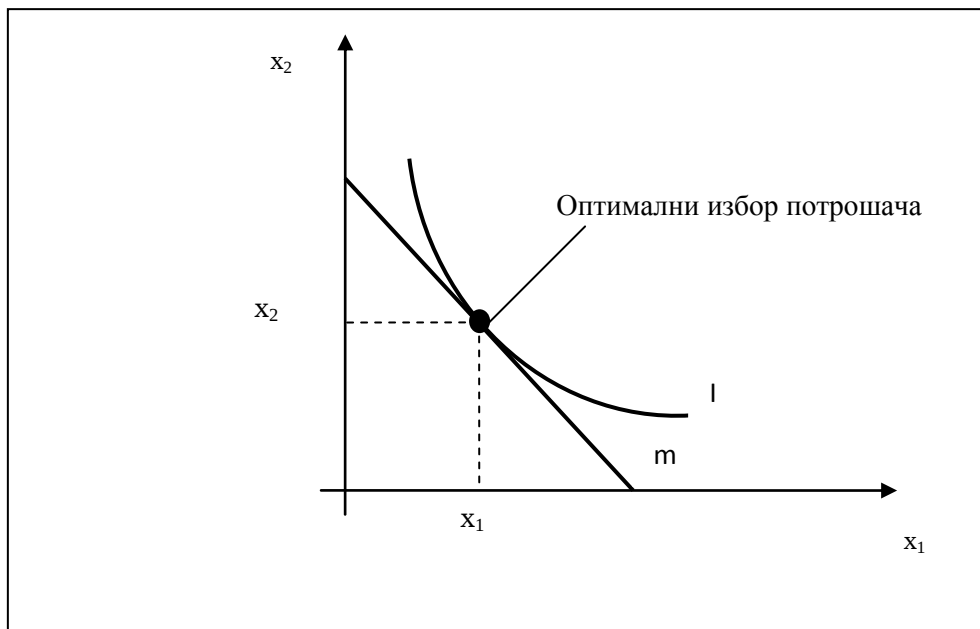
⁵ Breyer, S., (1982.), “Regulation and Its Reform“, Cambridge, MA:Harvard University Press.

3. ефикасност комбинације производа (ефикасност у обиму и структури производа).

Ефикасност у размени

Парето ефикасност се односи на постизање ефикасности у размени. Другим речима разменска ефикасност је остварена када се код размене два добара повећава корист једног лица тако да се смањује корист другог лица. Када се постигне таква ситуација да „нико не може да буде на добитку уколико неко други није на губитку“ можемо рећи да се постигла разменска ефикасности. Разменску ефикасност можемо приказати и као одсуство мотива за трговину, тј. размену између потрошача јер обе стране не могу бити на добитку. Све док постоји опција да у размени оба потрошача буду на добитку (да им се повећава корисност) постојаће и мотива за трговину. **Конкретно, разменска ефикасност је максимизирање користи свих потрошача у размени јер они задовољавају своје преференције (приказане као криве индиферентности I) путем свог дохотка доходака (m) куповином жељених аутпута и то по њиховим најнижим могућим ценама те на тај начин у датом контексту потрошачи максимизирају своју корисност у потрошњи жељених аутпута.** Треба истаћи да оптималност избора потрошача тј. максимизирање његове користи оствариће се у тачки тангентности нелинеране функције као криве индиферентности и линеарне функције као криве буџетског ограничења. У тачки тангентности поменуте две функције остварује се једнакост нагиба линеарне и нелинеарне функције.

Разменска ефикасност може се приказати на следећи начин:



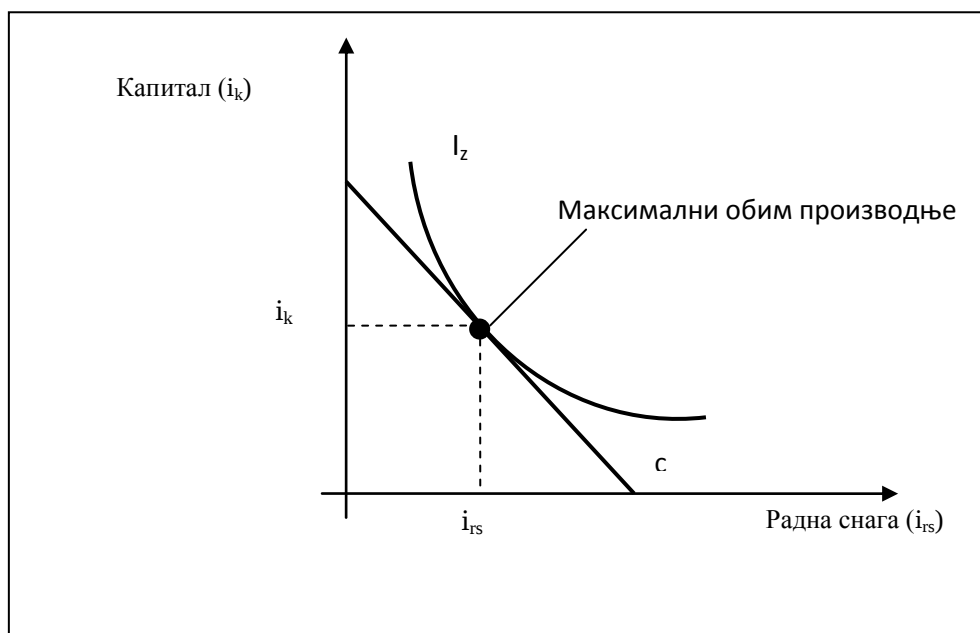
Слика 1. Разменска ефикасност

Ефикасност у размени аритмитички се може приказати као једнакост граничне стопе супституције коју одређује сваки произвођач и граничне стопе супституције коју одређује тржиште (односом цена два аутпута):

$$GSS = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1} = \frac{p_1}{p_2}.$$

Трошкова ефикасност

Производна ефикасност предузећа било приватног или јавног треба да иде у правцу максималне минимизације трошкова. Другим речма, потребно је произвести максимално могући обим производње за расположиву количину новца са којим располаже произвођач (минималне трошкове производње). Матемтички максимални обим производње остварује се када се оствари једнакост нагиба линеарне (буџета произвођача) и нелинеарне функције (примењене производне технологије) тј. када се оствари тангентност тј. тачка додира између поменуте две функције. Дакле, Парето ефикасна привреда захтева да стопа техничке супституције као нагиб изокванте тј. стопа замене једног производног фактора другим буде једнака за све произвођаче у односном пословном окружењу и такође једнака са односом цена фактора производње. **У таквим околностима произвођачи остварујући минималне трошкове у производњи за дату цену свог производа максимизирају свој профит тј. максимизирају своју корист.** Графички и аритметички ову врсту ефикасности можемо приказати на следећи начин.

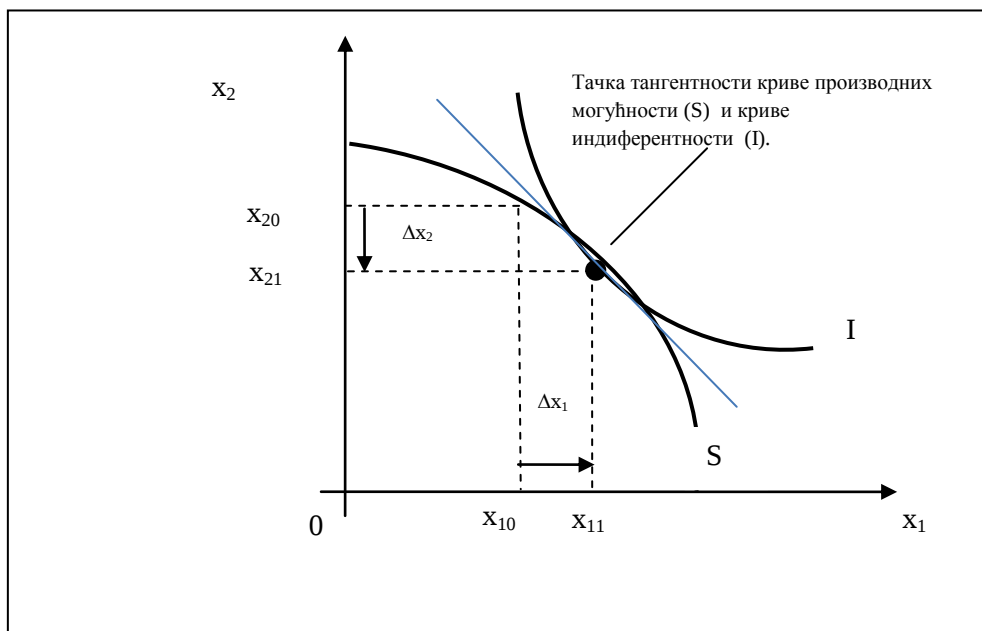


Слика 2. Трошовна ефикасност.

$$GSTS = \frac{\Delta i_k}{\Delta i_{rs}} = \frac{w_{rs}}{w_k}.$$

Ефикасност у производњи

Ефикасност производње једне привреде односи се на потребу да се усклади с једне стране обим и структура произведених производа и с друге стране обим и структура потрошње/тражње производа (једнакост понуде и тражње). На овај начин економија ће испунити своју сврху ефикасног управљања ограничених ресурса, тј. неће се губити ограничени ресурси појавом вишкова и мањкова.



Слика 3. Ефикасност производње (ефикасност обима и структуре аутпута).

Под претпоставком да постоји привреда једне државе која производи две врсте производа x_1 и x_2 . Крива S представља криву производних могућности тј. колико се може произвести једног и другог производа у датом тренутку имајући у виду расположиве ресурсе. Друштво се суочава са избором произвести само x_1 или само x_2 или једну и другу количину. Оно што треба знати да би се повећала производњу x_1 производа мора се смањити производња x_2 (због ограничених ресурса друштва). Однос промене у производњи поменутих аутпута представља граничну стопу трансформације и показује стопу по којој једна привреда може да трансформише производњу ове две врсте производа. Гранична стопа трансформације није ништа друго него нагиб криве произведних могућности:

$$GST = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1}.$$

Да би се остварила ефикасност у производњи (по обиму и структури) мора постојати једнакост понуде и тражњом. Другим речима, потрошачи који приписују вредност добрима мора бити једнака вредностима добара којима приписују произвођачи. То значи да гранична стопа трансформације мора бити једнака граничној стопи супституције, а оне су одређене односом тржишних цена два производа:

$$GST = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1} = \frac{p_1}{p_2} = GSS = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1} = \frac{p_1}{p_2}.$$

На овај начин, максимизира се корист за друштво јер се производи максимална количина аутпута у датом контексту.

2. ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ

Током развоја човека, његове потребе се развијају, нестају, нове се појављују, међутим, оно што је карактеристично за потребе, било да посматрамо филогенетски или онтогенетски развој човека, оне се проширују како по квантитету тако и по квалитету. Задовољити потребе човека и то увек на вишем нивоу (посматрану у дугом временском периоду) веома је тешко и захтева велику одговорност. Потребе су повезане са разним нивоима друштва, у том случају обављање делатности предузећа с разлогом можемо назвати и друштвеном одговорношћу тј. да ли се и колико предузеће одговорно понаша према задовољавању разних врста потреба у једном друштву.

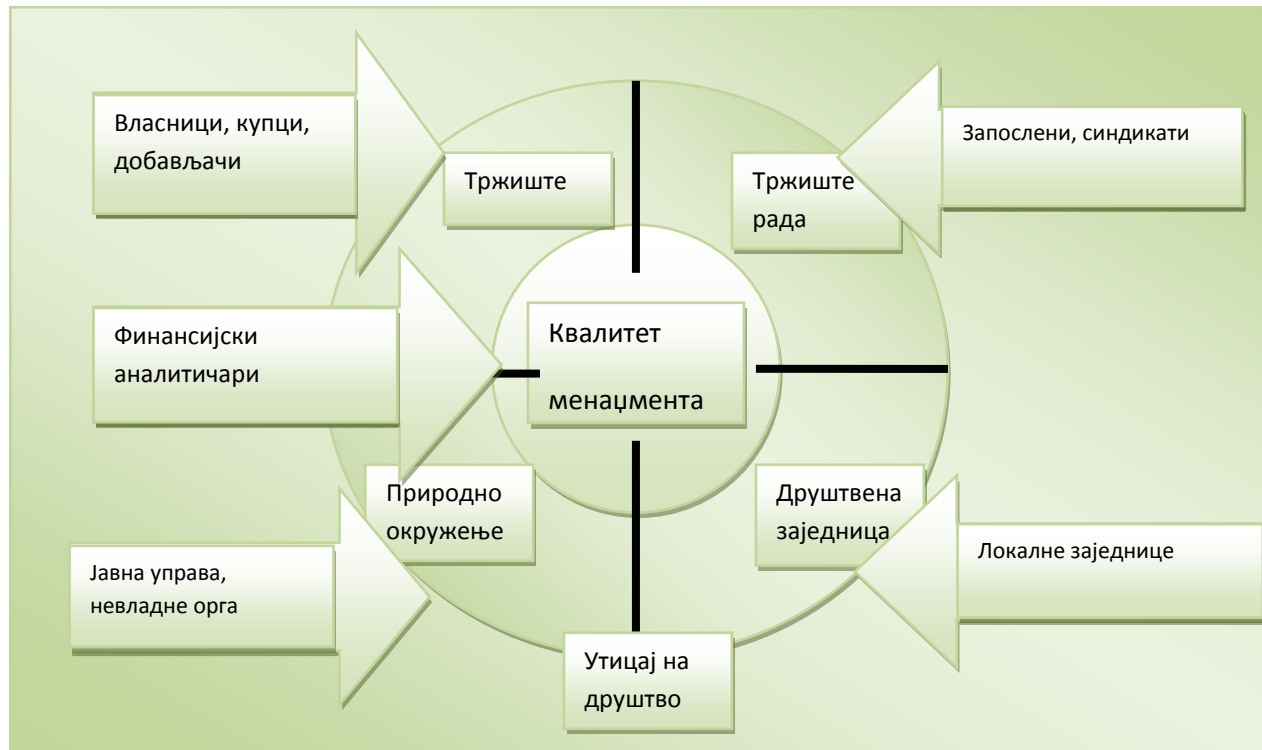
У основи сваког предузећа је остварити дефинисану мисију и визију тј. широки спектар постављених циљева, али поред остваривања задатих циљева веома је битно и на који начин се поменути циљеви остварују? Другим речима, оцену успешности пословања неког предузећа дају бројне стране које су у интеркацији са односним предузећем. Те бројне стране (stakeholders and interested parties) у интеркацији са предузећем настоје остварити своје интересе. Значи, оцена успешности пословања предузећа зависиће од уважавања интереса различитих стејкхолдера од самог предузећа. Дакле, предузеће у обављању своје делатности мора имати у виду и интересе многобројних стејкхолдера као што су: запослених, добављача, купаца, власника, друштвене заједнице, државе и других.

У суштини постоје два концепта друштвене одговорности предузећа⁶. По првом схватању (САД, Енглеска, Аустралија) друштвена одговорност компанија односи се пре свега на стварање одрживог профита својим власницима као и плаћања пореза држави (друштвено одговорно понашање предузећа везано је искључиво за профит компаније). И друго схватање, европско, које сматра да сам развој света/човека кроз историју треба да иде у правцу хуманизма и само друштвено одговорно понашање предузећа не мора бити директно везано за пословање предузећа већ и шире (давање без директне везе за профитом предузећа).

Непостоји опште прихваћена дефиниција друштвене одговорности предузећа. Ово стога што се у реалности обухвата веома широка лепеза интереса стејкхолдера, па самим тим веома је тешко имати једну општеприхваћену дефиницију. Проблем у дефинисању друштвене одговорности предузећа зависи поред поменутог броја стејкхолдера и од стављања акцента важности на поједине стејкхолдере, у складу с тим навешћемо једну дефиницију друштвене одговорности предузећа:

⁶ Исто, стр.216.

- "Друштвено одговорно пословање се уобичајено схвата као концепт управљања компанијом који одржава баланс између економских и социјалних циљева у циљу успостављања виших стандарда живљења, уз одржавање профитабилности компаније, за људе у и ван компаније⁷"



Слика 4. Утицај стејкхолдера на предузеће.⁸

⁷ Cadbury A., (2000.), Global Corporate Governance Forum, World Bank.

⁸ www.mallenbaker.net/csr/, Corporate Social Responsibility - News and resources.

3.ОДНОС ДРЖАВЕ/ВЛАДЕ И ПРЕДУЗЕЋА

Као што је поменуто, неопходност постојања државе је неупитна. Оно око чега постоји дилема јесте како организовати државу како би била што делотворнија. Основ ефикасности државе по мишљењу многих теоретичара зависи пре свега како је организована држава. Хуан Линц и Алфред Степан сматрају да демократска организација државе игра кључну улогу, другим речима како функционишу пет међусобно повезаних подсистема модерне демократије, као што су:

1. „Политичко друштво, (политичке странке избори и изборна правила...)“
2. Грађанско друштво (могућност остваривања интереса појединца и група у погледу самоорганизовања, слободе тј. аутономија и сл.)
3. Владавина права,
4. Институционализовано економско друштво.“⁹

3.1.Политичко друштво

Постојање политичких слобода у једном друштву по мишљењу Дарона Асемоглуа и Џејмса Робинсона¹⁰ је кључно за стварање инклузивних институција у једном друштву које ће имати за последицу друштвени просперитет једне нације. Другим речима што већи број интересних страна буде заступљен у политичком животу једне земље то је гаранција за стварање делотворне равнотеже која води у општи просперитет. Конкретно, када поједнци руководећи се својим интересима могу формирати политичке странке и излазити на избори у којима постоје јасна политичка изборна правила заснована на транспарентност и недискриминацију то је сигуран пут у повећање ниво друштвеног благостања једног друштва. Када се говори о вишепартијском систему мисли се на одређене облике представничке демократије. Представничка демократија може се остварити у основи на два начина, и то

- Непосредна демократија и

⁹ Линц Х., Степан А., (1998.), „Модерни недемократски режими“, Филип Вишњић, стр. 58-51.

¹⁰ Асемоглуа Д., Робинсона Џ. „Зашто народи пропадају“.

- Већински систем гласања.

Непосредна демократија је веома захвална у погледу остваривања преференција појединаца путем једногласности. Због поменутих ограничења непосредне демократије, држава се опредељује за већински систем гласања у погледу реализације интереса појединаца. Већински систем гласања подразумева да ће се одређена одлука донети уколико је за њу гласало више од половине гласача.

Већински систем гласања, који је до сада најбољи начин остваривања интереса великог броја људи није савршен, другим речима он има и своја ограничења која могу довести до политичке неделотворности. Поменута ограничења можемо систематизовати у неколико облика и то у виду:

- непостојања копетентности,
- корупције,
- партикуларних интереси политичара и сл.
- парадокса гласања.

Имајући у виду да држава поседује значајне ресурсе лица која добију на управљање такве и толике ресурсе могу бити некомпетентна, тј. непоседују довољно знања, искуства као и моралне храбрости што неминовно утиче негативно на постигнуте резултате употребе државних ресурса.

Када појединац троши новац он се може наћи у две улоге, тј. може трошити свој или туђи новац, такође појединац приликом трошења свог новца може те га трошити за своју или за туђу корист. Комбиновањем ова два пара алтернатива даје четири могућности по Ибн Вилсону (Wilson),¹¹ и то:

¹¹ Магистарски рад Зоран Јокића, (2007.), Реформа поште Србије у условима дерегулације поштанског саобраћаја, Економски факултет у Београду, стр. 125-131.

Чији новац	На кога трошите	
	На себе	На некога другог
Свој	I	II
Туђ	III	IV

Имајући у виду да су појединци *homo economicus* врло лако се може десити да се "непогрешиви осећај за општу добробит " врло лако трансформише у морално посрнуће изражено кроз корупцију. Дакле, могућност корупције се јавља у условима када се појави могућности да појединци могу повећати сопствену корисност тако што користе туђи новац с којим располажу. На тај начин могу „успешно“ трансформисати четврту алтернативу у трећу (туђи новац за сопствене потребе).

Под петпоствком да је савремени човек пре свега рационално биће *homo economicus* и као такав неминовно долази до сукоба различитих интереса. Када је реч о демократији тај сукоб може се представити и као сукоб политичке и економске рационалности¹². Рационалност *homo politicus* је у највећој мери супростављена рационалности *homo economicus-a*. Разлог супростављености поменута два интереса лежи у природи економских токова. Наиме, поредећи временске интервале економских токова као и период између два изборна циклуса објашњава сукоб политичких и економских интереса. Вођење макроекономске политике захтева по непопуларне мере које негативно утичу на број бирача који ће гласати за односну политичку организацију. Временски период економских мера је по правилу дужи од периода између два изборна циклуса тако да су то довољна два разлога због којих врло често политичке и економске одлуке нису међусобно усклађене. Све док постоји могућност реализације политичких циљева на штету дугорочних економских циљева неће постојати политичка воља за спровођење економских реформи. Оног тренутка када су економски проблеми (ниво незапослености, инфлација, платни и трговински биланс, БДП, ниво иновестиција...) буду толико велики да је неизбежно спровести економске реформе могуће је да ће доћи до усклађености

¹² Meier G. M., (1991.), The Politics of Development Policymaking: Perspectives from the Next Political Economy, San Francisco: ICS Press.

краткорочних политичких циљева са дугорочним економским циљевима односно друштва.

Парадоксалност гласања тј. неефикасност демократског система одлучивања је још један проблем ког треба имати у виду у смислу ограничења представничке демократије. Парадокс гласања јавља се у ситуацији да конзистентно изражавање преференција од стране појединаца може довести до изражавања преференција групе које су некозистентне (неверодостојне). Другим речима може доћи до различитих ојединачних и групних интереса. Парадокс гласања се јавља у оној ситуацији када долази до манипулисања са редоследом гласања, тј. са природом преференција потрошача које могу имати један или два (више) врхова, чиме се онемогућава остваривање аналогije транзитивности. Код гласања може се десити следећи парадокс да се изгласа Б алтернатива као боља од А алтернативе, такође и да се изгласа да је Ц алтернатива боља од Б алтернативе али не и да је Ц алтернатива боља од А алтернативе (непостоји законитост транзитивности). Непостојање законитости транзитивности је последица више врхова преференције потрошача, тачније због постојања различитог система вредности код појединаца. Систем вредности зависи од многих елемената личности појединца и како ће се развити који елемент (унутрашњи и/или спољашњи) ће бити пресудан у формирању система вредности појединца не може се утврдити веома прецизно. Имајући у виду да је сваки појединац има своје специфичности и на тај начин се разликује од стране других то може значити и различито вредновање једне исте ствари.

Сама реализација интереса појединца чак и у условима конзистентности преференција не значи а приори да ће интереси појединаца за које су гласали бити и остварени. Следеће ограничење у политичком одлучивању јесу формирање коалиција. Формирање коалиција подразумева трговину гласовима/интересима гласача. Та трговина се одвија по принципу међусоног подржавања које неминовно води ка одређеном компромису имајући у виду расположиве ресурсе с једне стране и преференције (жеље) с друге стране. То је познати принцип „путера и пушака“ где се напосто жеље и могућности не поклапају.

3.2. Грађанско друштво

Поменуто је да функционисање грађанског друштва односи се на слободу да се појединци могу на основу својих активности, удруживања, солидарности борити за своје интересе. Борба за сопствене интересе појединца може се одвијати на два начина, и то:

- Тржишним пословним стратегијама и
- Нетржишним пословним стратегијама.

Тржишно пословно окружење односи се на успешност управљања перформансама пословања одређеног предузећа. Одговорно пословно понашање у погледу поштовања

економских законитости детаљно је објашњено ће бити објашњено када буде било речи о пословању предузећа у условима конкуренције, монопола и државног власништва. Уколико се полази од претпоставке да су људи интересна бића значи да увек имају у виду ефикасност својих активности, другима речима сучељавање користи и трошак. Када говоримо о користима појединаца/група мисли се на остваривање сопствене користи било на директан или индиректан начин. Индиректни, нетржишни начини по Барону могу се систематизовати у различите нетржишне стратегије, као што су:

- Лобирање,
- Мобилисање бирачког тела
- Сведочења,
- Односи са јавношћу
- Правне стратегије и
- Учешће компанија на саветодавним панелим, одборима, комисијама и сл.¹³

Имајући у виду велики број варијабли које утичу на резултат нетржишних пословних активности можемо их систематизовати у неколико група,¹⁴ и то:

- Величина интересне групе,
- Ширина постављених циљева,
- Начин деловања интересних група.

Величина интересне групе је двозначна велике интересне групе имају велику снагу и обратно. Такође, уколико су широко постављени циљеви велике групе то ће свакако негативно деловати на резултат њиховог остваривања и обрано.

Све нетржишне стратегије, а посебно лобирање, којима се остварује конкурентност предузећа своди се на делотворну комуникацију. Делотворна комуникација подразумева да пренос поруке као трансформисане информације успешно спроведен, конкретно, да се пренос поруке кроз комуникциони канал успешно изврши тј. да реципијент информација схвати у њеном изворном облику. Уколико се успе у ефективности комуникације (успешно пренета и схваћена порука, по Принстону), која ће за последицу имати

¹³ Baron D. P. 2003. Business and its Environment, fourth edition, 226-244.

¹⁴ Прилагођено према: Ђурић Кузмановић Т., (2008.), „Пословно окружење“, Алфа-Граф НС, Нови Сад, стр. 143.

предузеимање одређених активности можемо рећи да су нетржишне стратегије постигле свој циљ остваривање и заштита интереса појединаца.

Мобилисање бирачког тела и камање као део нетржишне пословне стратегије предузећа могу се огледати у различитим активностима као што су:

- Комуникација са гласачима и политичким организацијама,
- Заузимање става предузећа око одређених питања.

Комуникација предузећа може бити у електронској или писаној форми којим се настоји објаснити угрожавање интереса сопствених потрошача (који се поклапају са интересима компанија), такође контакти са политичким организацијама и њихово информисање о конкретним проблемима заједно са донацијама политичким организацијама настоји се заштити сопствени интереси. Синдикалне организације су веома познате по организовању ових активности. Наиме, синдикати поред комуникације са својим чланством они врло често организују и превоз за своје чланове до оне географске тачке која представља седиште Владе, Председника, надлежног министарства и сл. Заузимање става одређених компанија пре свега мултинационалних компанија који значајно утичу на макроекономске агрегатне величине може имати значајног одјека у заштити својим права. Уколико је реч о компанији која битно утиче на БДП, увоз, извоз, број запослених, инвестиције њен став је на неки начин и обавеза запослених да гласају за те ставове, уколико је компанија битна за регионални развој одређеног дела државе такође сви остали гласачи имају препоруку како би требало да гласају и на крају величина капитала предузећа је директно пропорционална могижим новчаним прилозима односне компаније што је такође важан сигнал политичарима и политичким организацијама.

Мишљење јавног мњења тј. читавог бирачког тела је изузетно важно за компаније. Преовлађујући став јавног мњења у односном пословном окружењу је веома важан јер се на тај начин бирачи/појединци убеђују да заузму такав став који ће омогућити остваривање интереса предузећа и то у условима када постоје супростављени интереси тако да та борба може бити веома сурова. Делотворност комуникације у конкретном случају зависи од приступа средствима јавног информисања као и од успешности спроведене масовне комуникације

Правне стратегије као начин остваривања својих интереса теоретичари обично везују за правне поступке. Компаније могу бити у различитим позицијама када је реч о правним стратегијама, конкретно, могу бити оптужена или оштећена страна. Најпластичнији пример правних стратега можемо видети у случају знања. Иако је конкурентско пословно окружење најзахвалније са аспекта ниво друштвеног благостања једног друштва (као збира потрошачког и произвођачког вишка) оно је и најзахтевније. Другим речима, конкуренција тражи од предузећа да буде сваког тренутка максимално

рационалан у производњи аутпута само на тај начин предузеће може бити сигурно да ће бити најбоље и да може опстати на датом тржишту, дакле апсолутну посвећеност свом послу. Монополско окружење за разлику од конкурентског је доста лагодније јер омогућава већу сигурност опстанака предузећа с једне стране као и остваривање већих профитних стопа с друге стране. Тако да предузећа када год су у позицији да се организују као монополи они ће то и настојати остварити. У вези с поменутиим монополи који се заснивају на огрницењу званом приватизација знања је добар пример за сагледавање правних стратегија. Преузећа ће настојати да производе аупуте на бази одређених знања тако што ће настојати приватизовати општа знања у приватне срхе или једноставно копирати друге монополе који су приватизовали знања у виду патената и лиценци. У конкретном случају предузећа се могу наћи у позицији оптужених тако да ће у односном случају настојати одбрани своју монополску позицију. У другом случају монополи који користе благодите приватизације знања (поседују одређене лиценце и патенте) настоје то заштити по сваку цену покретањем тужби и на тај начин спречавање трансформације своје монополске позиције у олигополску и у најгорем случају у конкурентску позицију.

Предузећа треба да учествују сваки пут када је то могуће на разним панелима, одборима, комисијама и разним другим телима преко којих могу утицати на своју конкурентност. Овакава тржишна стратегија има и своја правила како би била што успешнија. У зависности од величине компаније тј. величине имовине и капитала са којим располаже мора интензивно развијати интерактивни однос како са свим својим стејкхолдерима. Нарочито је важно имаати добар однос са својим корисницима као и законодавним телима који доносе регули које ће на индиректан начин утицати на пословање предузећа. Циљ је доћи до потребне количине и квалитета информација о актуелним питањима, затим да се идентификују оперативна и стратешка тела која уобличивају конкретне регули.

3.4. Владавина права

Постојање слободе имаће за последицу позитивне мултидимензионалне последице. Наиме, човек за разлику од животиње по Хердеру поседује и слободу избора, односно дата му је могућност избора у облику слобода, слободе да ради на својој несавршености, што по Иманулу Канту представља његову „дужност према себи“. Рад на себи у условима слободе омогућиће човеку постизање два важна квалитета, и то: критичког мишљења и стваралачког усвајање вредности¹⁵. Постојање слободе а тиме постојањем критичког мишљења имаће за последицу адекватно промишљање и анализирање о владајућим друштвеним вредностима, такође, постојање слободе, а тиме постојање и стваралачког усвајања вредности имаће за последицу развијање генијалности на рачун просечности

¹⁵ Божовић Р., (2006.), „Лексикон културологије“, Удружење Наука и друштво Србије, Београ, стр.30.

Веома је важно да човек буде моралан, моралан појединац представља кључ којим се могу откључати врата етичности. У вези моралности појединца Кант (1724.-1804.) је сматрао је да је веома важно да човек буде суштински слободан, достојанствен. Даље Кант сматра да моралне обавезе извиру из човековог разума, а не из трансцендентних или људских ауторитета. Кант сматра за разлику од Хјума да је морал укоренењен у људској природи, он заправо укоренењен у човековом разуму и вољи и да сам човек може доћи до моралних законитости и то само ако му је разум слободан у избору. Дакле, до универзалних моралних закона може се доћи једино ако је човек слободан. Кант сматра да је слободан појединац, само онај појединац, чији су поступци одређени од стране самог појединца, а не на нечим изван нас самих. Слобода људског избора ствара самоопредељење човека у погледу моралних закона. Дакле, човек на принципима слободе, самоопредељења долази до моралних норми/принципа (апсолутних дужности) унутрашњих закона на основу којих неће имати дилему како да се понаша у сваком појединачном случају. Којим моралним обавезама човек треба да тежи? Кант даље наглашава да „категорички императив“ су такве обавезе појединца које могу „постати општи универзални закон, који је апсолутан (категоричан) без изузетака и услова. Имајући у виду да развој опстанак једног друштва исходишно зависи колики је број моралних појединаца у једном друштву, а опет моралност произилази из слободе, из тих разлога може се закључити зашто је потребно да држава оствари постојање грађанских и правних и политичких слобода за сваког појединца тј. зашто је толико важна слобода појединца.

3.5. Институционализовано економско друштво

У основи можемо говорити о два начина у организовању економске активности, и то:

- Централно плански и
- Тржишни.

Централно плански систем функционише на такав начин да постоје једно централно планско тело које доноси све битне одлуке. Централни планер одлучује ко ће производити, колико ће се производити, за кога ће се производити, на који начин ће се производити и сл. Овакав вид организовања пословног окружења био је карактеристичан за привреде комунистичког друштвено-економског уређења. Овакав вид организовање привреде је имао озбиљних недостатака због чега је и напуштен у већини земаља. Проблем код централно-планских привреда огледа се у способности утврђивања како врсте тако и количине аупута које треба произвести. Да би се решио поменути проблем централни проблем лежи у познавању потреба, жеља највећег броја појединаца у једном

друштву. Реч је о структури личности појединца, о познавању њихових система вредности, њихових потреба, а ако се овом дода и неискреност појединаца (пре свега код јавних добара) у изражавању својих потреба онда се може видети у потпуности величина проблема. Дакле, централни планер не може прецизно утврдити шта ће се производити и колико ће се производити аутопута. Други проблем који се јавља односи се на одлуку централног планера ко ће производити и на који начин ће производити. Када се одлучује ко ће производити и на који начин одлуке се морају односити на рационалност у производњи аутопута. Да ли је планер одредио менаџера који је најспособнији да организује производњу у погледу најнижих трошкова производње аутопута. Поред недостатка адекватних информација у погледу способности централни планер се суочава и са још једним недостатком код менаџера а то је одсуство мотива да буде максимално рационалан. Имајући у виду да у условима централно планског начина организовања привредне активности власништво над имовином и капиталом је у рукама државе а не појединца. Највећи број појединаца је на таквом моралном ниво да се руководи пре свега личним а не општим интересима док се доводи до одсуства мотива да се буде максимално рационалан, ако овоме додамо и могућност постојања корупције онда се проблем још више усложњава. На овај начин организовање привредне активности имаће следеће последице за резултат, и то:

- Неће се производити број и структура производа која одговара тражњи, тако да ће се немино јавити вишкови и/или мањкови аутопута,
- Цене и квалитет аутопута биће неадекватни што ће додатно утицати на конкурентску позицију предузећа у међународној размени (суочени са конкурентима који су организовани у тржишном пословном окружењу),
- Због предходних чињеница располагање организованим ресурсима у једној држави биће неефикасно и неефективно.

Други начин организовања економије једне земље односи се на тржишни систем. У тржишном систему одлуке централног планера замењене су милионима одлука предузећа и домаћинства. На овај начин елиминише се субјективни елемент из процеса одлучивања и остаје искључиво објективност која ће утицати на постизање максималне ефикасности. Појединци одлучују слободно појединачно на основу свог система вредности и величине својих доходака шта им је потребно па се формира агрегатна/укупна тражња. На основу формиране агрегатне тражње предузећа одлучују шта ће производити на основу својих расположивих средстава, датих технологија и на основу својих мотива (профита). На овај начин решавају се сви проблеми код централно планског одлучивања. Конкретно, број и структура произведених аутопута одговара ће броју и структури тражње од стране купаца. Примена одређене технологије и ко ће производити одређује се путем такмичења, тј. ко

буде најрационалнији тј. ко буде имао најниже трошкове он може опстати на тржишту те на тај начин производјачи су приморани да остваре најниже трошкове у производњи аутпута у датом временском тренутку. На овај начин оствариће се и рационално располагање са ограниченим ресурсима у једном друштву.

Комуникација у тржишном окружењу међу појединцима (купцима и произвођачима) остварује се путем цена. Тржишних цена које су условима конкуренције објективно дате, а не субјективно дате као у централно планском случају. На овај начин појединци имају истиниту а не искривљену информацију на основу које могу предузимати своје активности и очекивати са великом извесношћу остваривање планираних резултата. Када говорим о оствареивњу слободне конкуренције говоримо и о остваривању ефикасности у Паретовом смислу тј. „ако не постоји начин да се побољша положај некој особе без наношења штете било којој другој особи кажемо да је остварена Парето ефикасност у привреди“. Остваривање равнотежне цене тј. једнакости понуде и тражње тј. Парето ефикасности остварује се следећи квалитети у економији, и то:

А) У условима једнакости понуде и тражње предузеће производи онај обим аутпута где се маргинални и просечни трошкови изједначавају. Овај обим производње назива се максимални/ефикасни ниво аутпута.

Б) У условима једнакости понуде и тражње предузећа остварује максимални профит предузећа. На ефикасном нивоу производње аутпута остварује се и једнакост маргиналног прихода и маргиналног трошка.

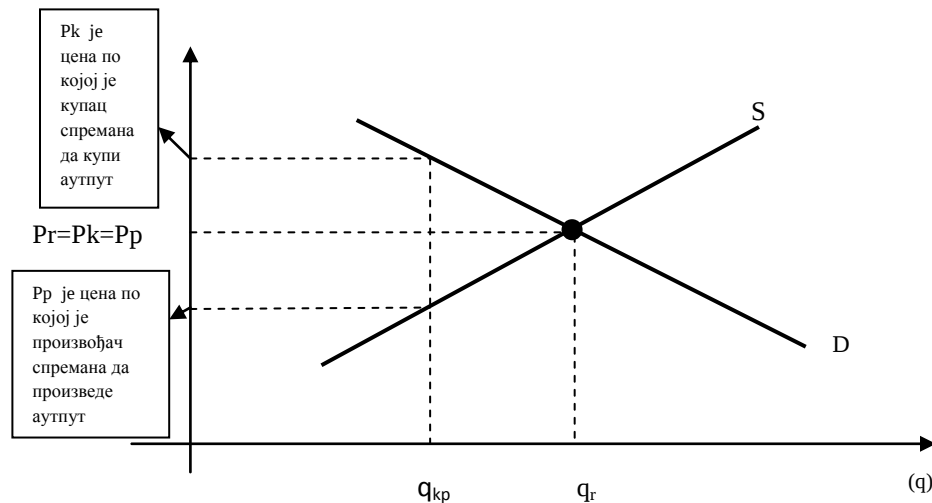
Ц) у условима једнакости понуде и тражње остварује се нулти економски профит тј. изједначавају се просечни приход¹⁶ и просечни трошак предузећа тако да престаје да постоји мотива за излаза и улазак у односну грану.

Д) Имајући у виду да су остварене најниже цене аутпута у условима конкуренције последично томе остварује се и максимална корист за купце. Максимално ниске цене аутпута утичу на повећање/померање буџетског ограничења даље од координатног почетка што омогућава да потрошач оствари максималну корисност с озбризром на ниво криве својих преференција. Другим речима, оптимални избор или тачка тангентности преференције исказане путем индиферентности и буџетског ограничења остварује се на највишем могућем нивоу у датим околностима.

Парето ефикасност се постиже у следећем случају „ако не постоји начин да се побољша положај некој особе без наношења штете било којој другој особи кажемо да је остварена Парето ефикасност у привреди“. Парето ефикасност можемо сагледати са угла количине

¹⁶ Напомена: у условима савршене конкуренције равнотежна тржишна цена једнака је просечном приходу и маргиналном приходу предузећа.

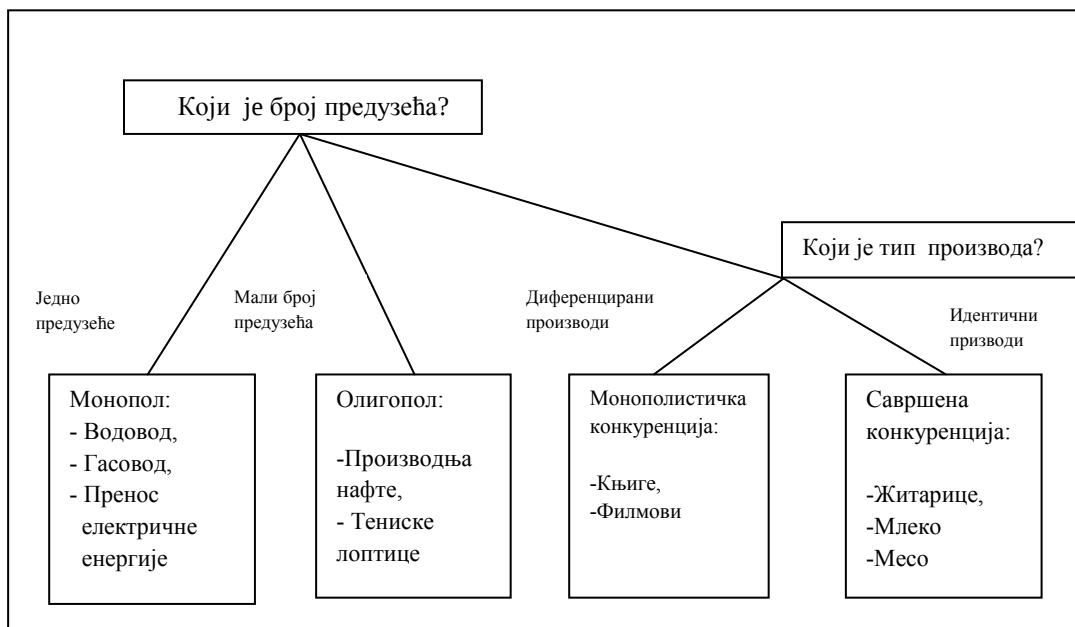
и цене. Уколико постоји поклапање интереса произвођача и потрошача тј. постоји корист онда то треба и урадити све док недође до сукоба интереса произвођача и потрошача.



У ситуацији као на слици при количини q_{kp} не остварује се Парето ефикасност. Зашто? У конкретном случају спремност плаћања купаца и произвођача се разликује. Да ли се може побољшати стање за оба учесника на тржишту? Одговор је да? Уколико идемо ка равнотежној количини интереси ће се поклопити тј. и један и други имаће корист. Померањем ка координатном почетку купац ће добити аутпута по нижој цени а произвођач ће произвести и продати аутпут по вишој цени и све тако до равнотежне тачке. У обрнутом случају идуће ка координатном почетку интереси се не поклапају јер ће купац морати више платити а произвођач произвести по мањој цени. У случају када постоји ситуација да се купац и продавац у погледу количине налазе десно од тачке q_r тада је нарушен интерес и једне и друге стране тако да само у тачки равнотеже поклапају се интереси и једне и друге стране тј. једнака је спремност како за плаћање тј. формира се равнотежна цена која изједначава понуду и тражњу.

4. МЕШОВИТА ПРИВРЕДА

У највећем броју земаља паралелно постоје како приватна тако и државна предузећа. Приватна предузећа треба да су најбројнија категорија привредних субјеката на којима се заснива развој националне економије. Државна предузећа постоје као неопходност коју је утврдила Влада својим одлукама, а оне се заснивају на чињеници да држава преко својих предузећа настоји да одклони и/или ублажи бројне тржишне несавршености. Смањењем или елиминисањем тржишних несавршености држава доприноси повећању благостања односног друштва. Грегори Манкјуу сматра да се предузећа могу наћи у четири облика/типа тржишне стрктуре, и то: савршене конкуренције, монополитистичке конкуренције, монополу и олигополу. Без обзира у ком облику тржишне структуре предузећа се налазе она морају уважавати економске законитости при обаваљању својих активности како би максимисирали своју циљну функцију.



Слика 4.1. Облици тржишне структуре¹⁷

¹⁷ Грегори М., (2008.), „Принципи економије“, Економски факултет, Београд, стр.351.

Дакле, да би предузеће доносило ефективне и ефикасне одлуке потребно је да се упознамо са основним пословним обележјима предузећа која представљају основ за доношење адекватних пословних одлука предузећа. У вези с тим поменућемо деловање тржишних сила којима се предузеће мора прилагођавати у свом пословању, са којом врстом трошкова производње се сусреће предузеће као и доношећи исправних одлука менаџмента предузћа у погледу максимизирања профита предузећа у условима савршене конкуренције и у условима монопола.

4.1. Понуда и тражња као детерминанте пословног окружења

Деловање понуде и тражње остварује се тако што оне утичу на интеракције људи на одређеном тржишту. Сама тржишта се могу дефинисати као сучељавање у простору и времену одређеног броја произвођача и купаца аутпута. На основу саме дефиниције тржишта видимо да је реч о мноштво фактора који могу утицати како на понуду тако и на тражњу.

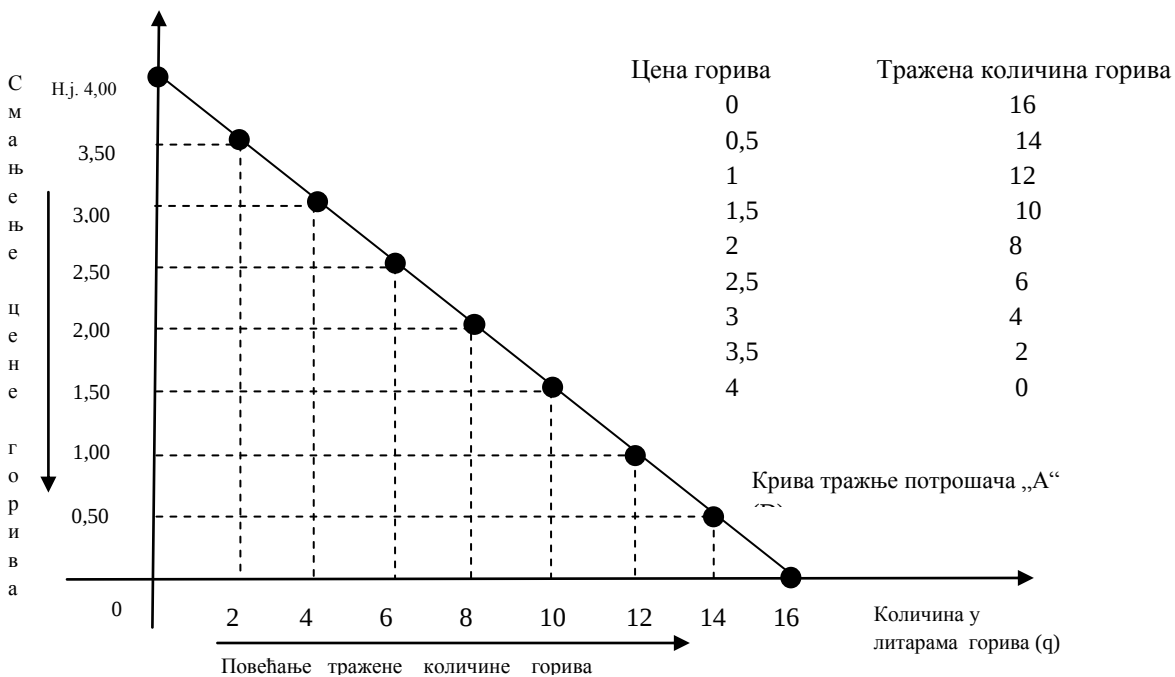
4.1.1. Тражња

Менаџмент предузећа, да би могао доносити адекватне пословне одлуке, мора разумети законитости тржишта тј. тражње одређеног пословног окружења. У вези с тим потребно је да размођу осталог потребно је да схватимо економске законитости као што су:

- тражња,
- законитост тражње и
- факторе који утичу на промену тражње.
- Као што је већ поменуто тражња се односи на потрошњу аутпута тј. на купце који доносе одлуке у вези своје потрошње. Да би неко био купаца потребно је да има две карактеристике и то поседовање мотива за потрошњу као и финансијску способност да свој циљ у облику мотива може и остварити. Другим речима ***тражњу можемо дефинисати као ону количину аутпут, за сваку дату цену, коју купаци купују/троше у складу са својим вредносним системима (мотивима) и буџетским ограничењима (дохоцима).***

Човек као *homo economicus*, доносиће пословне одлуке у поменутом контексту, у складу са својим интересима. Када је реч о тражњи човеково понашање зависи ће од кретања многобројних фактора који одређују тражњу. Најважнији фактор у погледу промене тражње јесу цене. Човек ће самостално вредновати своје интересима тако што ће их поредити са тржишним ценама тј. са његовим трошковима у погледу остваривања

својих интереса/користи. По логици ствари уколико је за потрошача нешто јефтиније (смањење цене) он ће остварити већи интерес јер може за исту количину новца (пре смањења цене) купити више добара и тиме повећати своју укупну користност за исту количину новца или остварити исту користност за мање новца. У случају да долази до повећања цене неког аутпута тада ће потрошач одлучити да мање тражи/троши тог добра јер му оваква ситуација не иде у прилог јер му смањује корист. Овакво понашање или законитост називамо законом тражње и можемо га приказати графички као опадајућу функцију. За једног потрошача „А“ на основу његовог вредносног система с једне стране и датих тржишних цена његове пословне одлуке у погледу кретања тражене количине приказане су на слици 4.2.

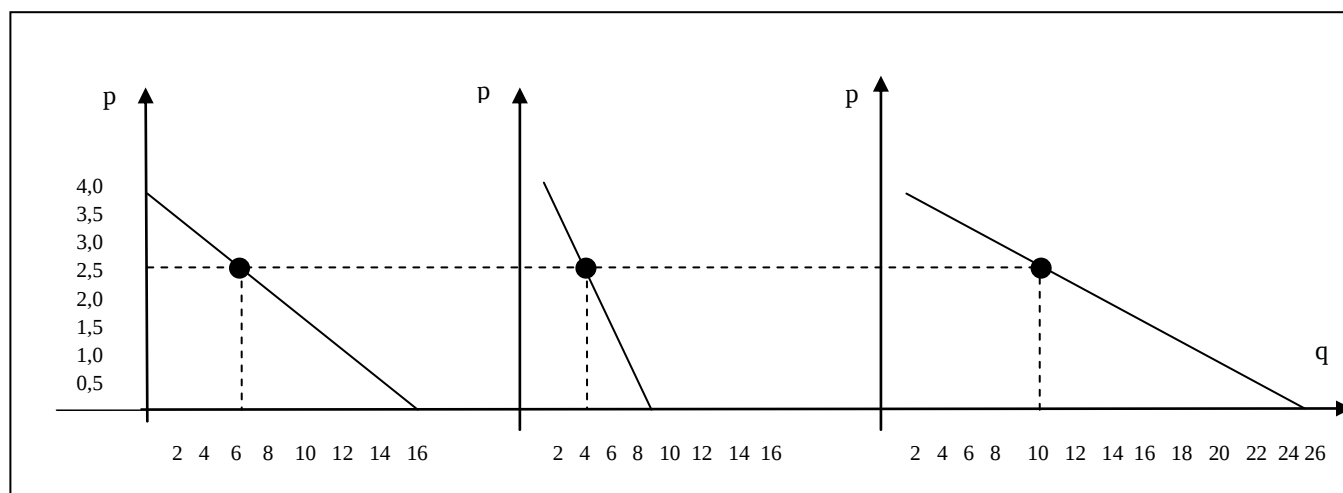


4.2. Појединачна крива тражње за потрошача „А“

Појединачна крива тражње која је приказана на слици 4.2. односи се на спремност плаћања једног купца/потрошача. Како тржиште чине бројни потрошачи потребно је да познајемо појединачне тражње, њиховим сабирањем тј. сабирањем тражене количине аутпута при датој цени добијамо укупну или агрегатну криву тражње за односно тржиште аутпута. Уколико имамо два потрошача „А и Б“ који представљају укупно тржиште са њиховим траженим количинама за сваку цену добијамо уккупну/агрегатну/тржишну тражњу, наведено можемо приказати табеларно и графички.

Табела 4.1. Укупна/тржишна тражња за горивом.

Цена литре горива (p)	Произвођач „А“ (q ₁)	Произвођач „Б“ (q ₂)	Тржишна/Укупна тражња (q _Σ =q ₁ +q ₂)
0,00	16	9	25
0,50	14	8	22
1,00	12	7	19
1,50	10	6	16
2,00	8	5	13
2,50	6	4	10
3,00	4	3	7
3,50	2	2	4
4,00	0	1	1



Слика 4.3. Укупна/тржишна тражња за горивом.

Због постојања снаге и моћи као и синергије бројних фактора понуде и тражње врло често у економској литератури може се сусрести појам тржишне силе, којим се заједно означавају понуда и тражња. Помињани фактори тражње који опредељују кретање тражене количине за аутпутима одређеног пословног окружења можемо поделити на две велике групе и то на:

1. фактор цена који изазива промену тражње дуж саме криве тражње и на
2. факторе који утичу на промену тражене количине аутпута услед померања криве тражње¹⁸. У факторе који доводе до померања криве тражње убрајају се промене дохотка потрошача, промене вредносног система потрошача, промене броја купаца, промене цена повезаних аутпута и сл.

Када говоримо о промени тражене количине аутпута услед промене цене аутпута тада је заправо реч о односу између цене и количине аутпута. Другим речима, овај однос је представљен у „закону тражње“, а графички на слици 4.2 где је приказан опадајућум линијом.

Другу групу фактора која утиче на промену тражене количине односи се на читав низ промена у пословном окружењу, као на пример:

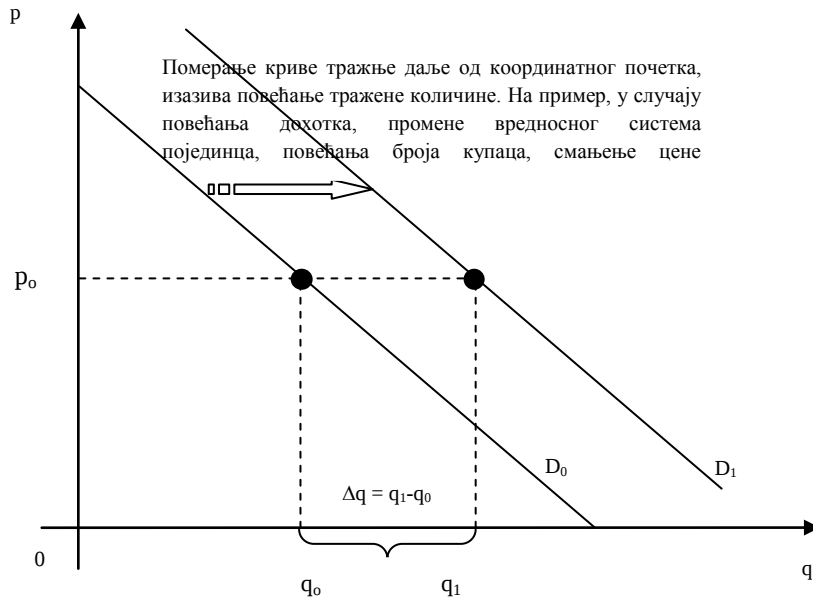
- а) Уколико долази до пораста дохотка појединца тада долази и до померања криве тражње даље од координатног почетка што има за последицу повећања тражене количине и обртно¹⁹;
- б) Уколико долази до промене вредносног система појединца (емоција, укуса, ставова уопште психологије појединца) и то на такв начин да се односно добро дефинише као жељеније тада се крива тражње помера даље од координатног почетка што има за последицу повећања тражене количине и обртно;
- в) Уколико се повећава број купаца на одређеном тржишту такође долази до померања криве тражње даље од координатног почетка што има за последицу повећања тражене количине и обртно;

¹⁸ Важно је разликовати „*померање дуж криве тражње*“ и „*померање криве тражње*“ јер се и једна и друга појава односи на исту последицу, на промену тражене количине аутпута.

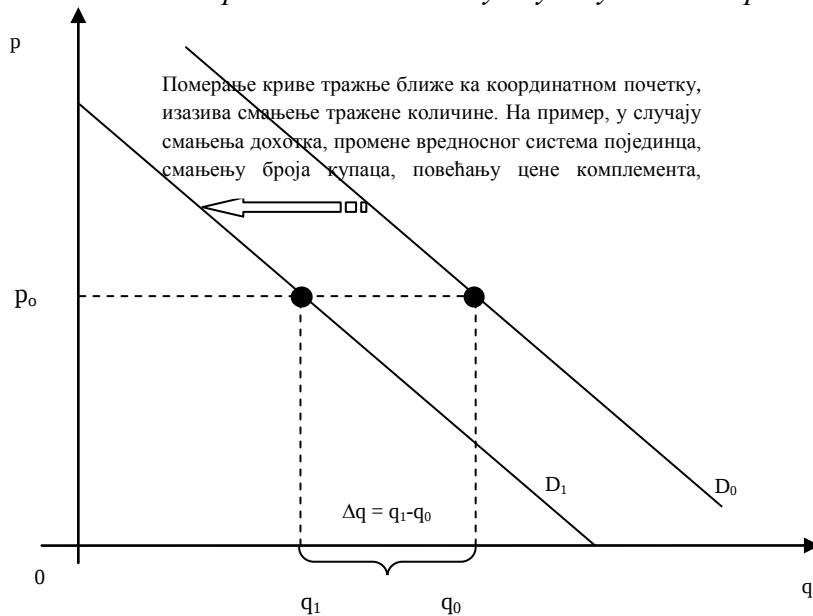
¹⁹ Приликом промене дохотка може се десити да наведено правило не функционише. Човек је материјално и духовно биће и као такво оно се не понаша увек у складу са рациом тј. својим интересима, већ делује и ирационално. Постојањем ирационалности повезано је са бројним психолошким факторима. У конкретном случају економисти описују супротну промену тражње у односу на промену дохотка инфериорношћу аутпута, па се с тога одређена добра зову инфериорна добра/аутпути. Уколико се помера тражња, услед промене дохотка, тако да се у потпуности елиминише супституционих ефекат доходовним ефекатом (у условима инфериорности) такво добро се означава као „Гифеново добро“. У конкретном случају повећање дохотка изазива смањење тражње.

г) У зависности од кретања цена повезаних аутпута долази до промене тражене количине. Конкретно уколико долази до смањења цене комплементарних аутпута или до повећања цене аутпута као супститута то ће изазвати померања криве тражње даље од координатног почетка што има за последицу повећања тражене количине и обртно.

Поменуте појаве можемо приказати графички помоћу померања криве тражње и то на следећи начин:



Слика 4.5. Повећање тражене количине аутпута услед померања криве тражње



Слика 4.5. Смањење тражене количине аутпута услед померања криве тражње

4.1.2. Понуда

Да би менаџмент предузећа урадио праве ствари на прави начин мора спознати законитости тржишта, конкретно, понуде одређеног пословног окружења. У вези с предходно поменутих потребно је да се осталог потребно је анализирати економске законитости као што су:

- понуда,
- законитост понуде и
- факторе који утичу на промену понуде.

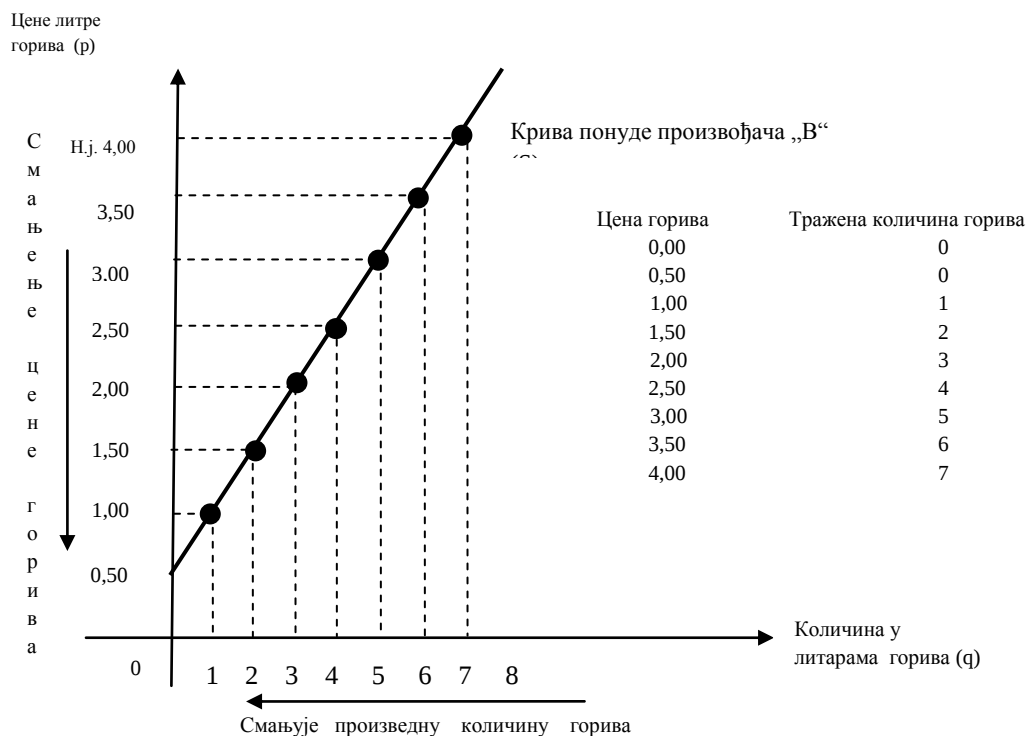
Као што је већ поменуто понуда се односи на производњу/продају аутпута тј. на доношење пословних одлука везних производњу и/или продају у предузећу. Да би неко био произвођач потребно је да има две основне карактеристике и то постојање мотива у вези производње као и финансијску способност (располагати адекватним буџетским средствима) како би се дефинисани циљ могао остварити. Другим речима ***понуду можемо дефинисати као ону количину аутпута, за сваку дату цену, коју произвођач/продавац производи/продаје у складу са својим интересима (мотивима) и буџетским ограничењима (буџетским средствима).***

Доносећи своје пословне одлуке, човек као произвођач/продавац доноси своје пословне одлуке тако што се руководи искључиво својим интересима. Уколико човеку доношење одређене пословне одлуке иде у прилог у смислу повећања његових користи/интереса он ће тако и одлучити тј. урадити. Дакле да закључимо, себични човек као *homo economicus* у улози произвођача, доносиће пословне одлуке искључиво руководећи се својим интересима. На интересе човека као произвођача утичу многобројних фактори који опредељују/одређују понуду. Најважнији фактор у погледу промене понуде јесу цене. Човек мери свој интерес тако што на једној страни има информације о величини тржишних цена тј. о величини својих прихода на једној страни и својим производним трошковима на другој страни.

По логици ствари уколико је цена аутпута нижа, смањење цене аутпута уз задржавање нивоа производних трошкова, произвођачи ће остварити мању корист/интерес/профит него што је имао пре смањења цене аутпута што ће утицати на смањење производње аутпута. Смањење производње/понуде услед смањења цене аутпута односи се на маргиналног произвођача у грани, који ће ту исту грану напустити оног тренутка када се, барем, за мало, смањи цена аутпута. У конкретном случају произвођач остварује губитак у свом пословању. Смањење производње/понуде може бити и у условима добити, када је већа цена аутпута у односу на његове трошкове. Произвођач поредећи своје опортунитетне трошкове са оствареним рачуноводственим профитом може донети одлуку да свој капитал уложи у другу производњу која му доноси већи профит, барем нулти економски профит. Дакле у условима смањења цена аутпута доћиће и до смањења понуде код пројединачних

произвођача. У случају да долази до повећања цене аутпута тада ће произвођачи одлучити да више производа јер им таква одлука иде у корист због повећања укупне масе профита.

Овакво понашање или законитост називамо законом понуде и можемо га приказати графички као растућу функцију. За једног произвођача „В“ на основу постојања његове тежње за повећањем укупне масе добити ²⁰ с једне стране и датих тржишних цена његове пословне одлуке у погледу кретања тражене количине приказане су на слици 4.8.



4.8. Појединачна крива понуде произвођача „В“

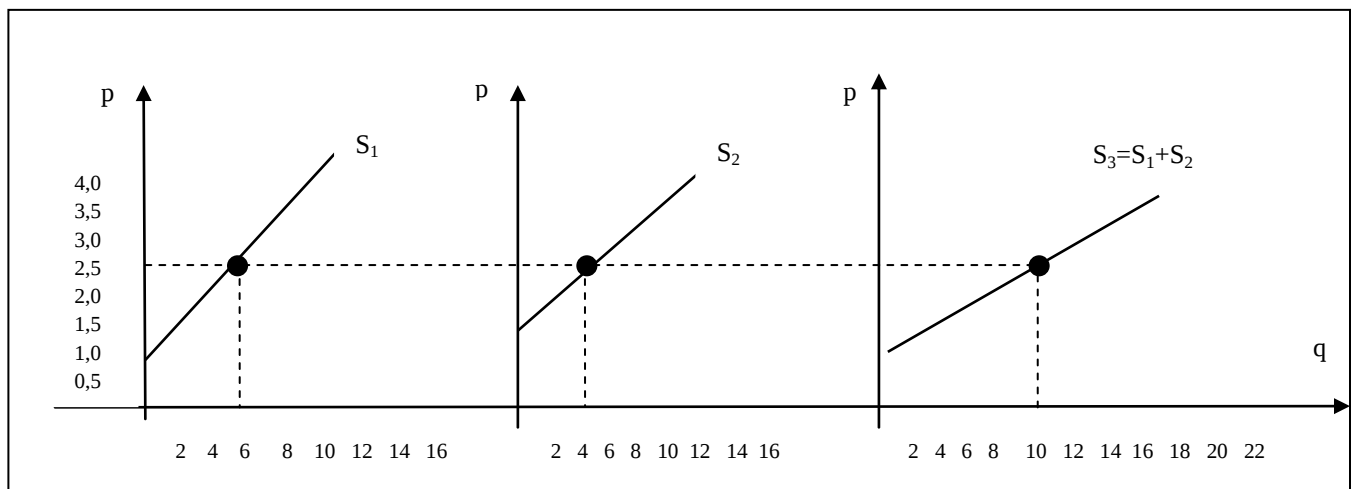
Појединачна крива тражње која је приказана на слици 4.6 односи се на спремност за производњу/продају једног произвођача/продавца. Како тржиште чине бројни произвођачи потребно је да познајемо појединачне криве понуде, њиховим сабирањем тј. сабирањем произведене количине аутпута при датој цени добијамо укупну, агрегатну или

²⁰ Може се рећи и на основу његовог и вредносног система, нетшo слеично као код потрошача. Само вредносни систем код произвођача веома се мало разликују од произвођача до произвођача јер је одређен постојањем себичности појединца, ниво себичности код произвођача се умногоме не разликује, те то објашњава идентичности у понашању највећег броја произвођача. Себичност појединца објашњава се као настојање произвођача да због своје похлепе стално тежи као повећању добити. Последица таквог понашања човека, психолози и теолози, објашњавају палом архајском природом људске личности.

тржишну криву понуде аутпута. Уколико имамо два произвођача „В и Г“ који представљају укупну тржишну понуду аутпута, наведено можемо приказати табеларно и графички.

Табела 4.2. Укупна/тржишна тражња за горивом.

Цена литре горива (p)	Произвођач „В“ (q_1)	Произвођач „Г“ (q_2)	Тржишна/Укупна понуда ($q_{\Sigma}=q_1+q_2$)
0,00	0	0	0
0,50	0	0	0
1,00	1	0	1
1,50	2	2	4
2,00	3	4	7
2,50	4	6	10
3,00	5	8	13
3,50	6	10	16
4,00	7	12	19



Слика 4.9. Укупна/тржишна понуда за горивом.

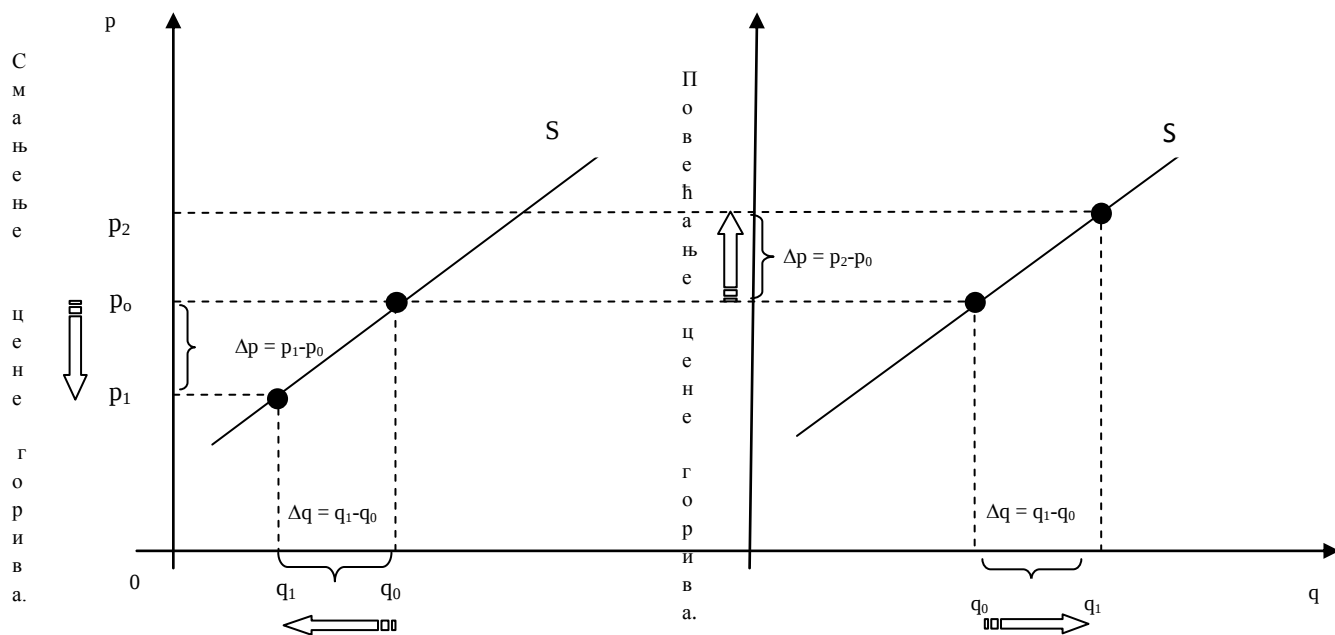
Дакле, снага и моћ фактора понуде утичу на сваког појединца у погледу доношења његових пословних одлука што за последицу има формирање како појединачне тако и

укупне понуде аутопута. Због постојања снаге и моћи појединачних фактора, као и њиховог синергијског деловања, врло често у економској литератури можемо сусрести да се понуда означава појмом тржишне сила. Сви фактори понуде који опредељују количину/ниво произведених аутопута пословног окружења можемо поделити на две велике групе и то на:

1. фактор цена који изазива промену понуде дуж саме криве понуде и на
2. факторе који утичу на промену понуђене количине аутопута услед померања криве понуде²¹. У факторе који доводе до померања криве тражње убрајају се цена фактора производње, психички доживљаји произвођача, промене броја произвођача, технологија...

Када говоримо о промени понуђене количине аутопута услед промене цене аутопута тада је заправо реч о односу између цене и количине аутопута. Другим речима, овај однос је представљен у „закону тражње“, а графички на слици 4.8 где је приказан растућом линијом.

Повећање цена аутопута доводи до повећања понуђене количине аутопута, и обратно у условима смањења цене аутопута доводи до смањења понуђене количине аутопута. Овакве последичне количинске промене понуде услед промене цена називамо законом понуде и можемо га приказати графички као растућу функцију (слика 4.10.).



Изазвање смањење понуђене количине горива. Изазвање повећање понуђене количине горива.

²¹ Важно је разликовати „померање дуж криве понуде“ и „померање криве понуде“ јер се и једна и друга појава односи на исту последицу, на промену понуђене количине аутопута.

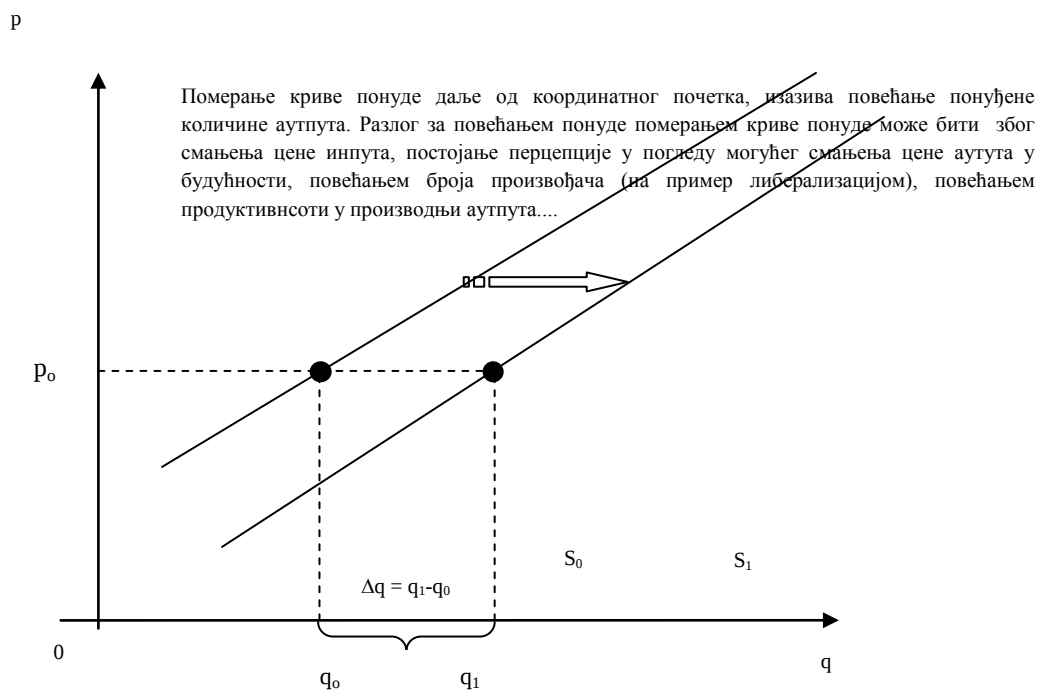
Слика 4.10. Промена понуђене количине аутпута услед промене цене аутпута.

Другу групу фактора која утиче на промену тражене количине односи се на читав низ промена у пословном окружењу које имају за последицу померање криве понуде (слика 4.11. и 4.12.), на пример:

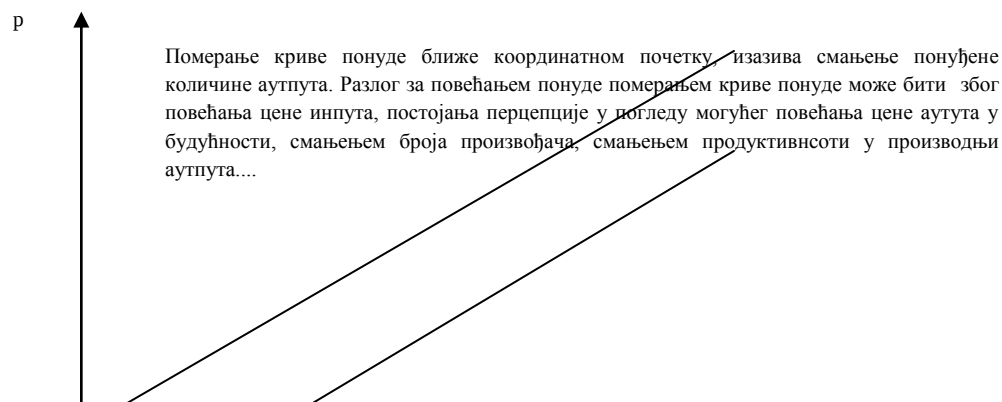
- а) Уколико долази до пораста цене фактора производње (сировина, радне снаге, основних средстава) тада се повећавају трошкови производње. Повећањем трошкова производње (повећањем цена инпута) произвођач може купити мање производних фактора што ће утицати на то што утиче на смањење обима произведених аутпута при непромењеној цени аутпута, неки произвођачи ће изаћи из производне гране јер су у губитку због подизања цена фактора производње тако да се поменуте појаве доводе до померања криве понуде ка координатном почетку што утиче на смањење понуђене количине аутпута при непромењеној цени аутпута²²;
- б) Уколико долази до промене у очекивањима произвођача у погледу кретања цена аутпута у будућности (претпоставка да произвођачи очекују повећање цена аутпута) то ће их мотивисати да своје аутпуте ускладиште и продају када цена буде већа што ће утицати на смањење понуде аутпута померањем криве понуде ка координатном почетку и обратно;
- в) Уколико се повећава број произвођача на одређеном тржишту такође доћи ће до померања криве понуде даље од координатног почетка што има за последицу повећања понуђене количине аутпута и обртно;
- г) Уколико је отривена нова технологија, пројектована је нова машина, утврђена нова организација пословања које доприносе повећању продуктивности у повећању производњ аутпута при истом обиму улагања инпута то ће имати за последицу повећање понуде померањем криве понуде даље од координатног почетка, и обртно.

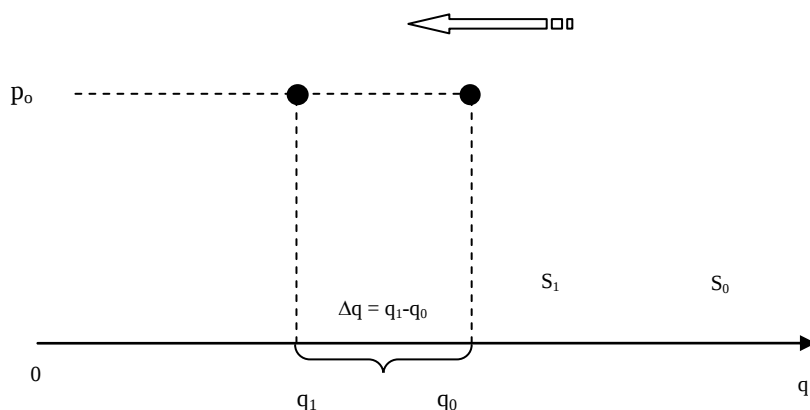
²² О овоме више можете видети у књизи Хал Р. Варијан „Микроекономија“, Економски факултет, Београд, Поглавље 20 „Минимизирање трошкова“ стр.349-363 Реч је заправо о постизању оптималног избора произвођача тако што ће се остварити тачка тангентности између његових кривих у облику изокванте и изотрошковне линије, у смислу изјеначавања њихових нагиба.

Поменуте појаве можемо приказати графички помоћу померања криве тражње и то на следећи начин:



Слика 4.11. Повећање произведне количине аупута услед померања криве понуде





Слика 4.12. Смањење тражене количине аутопута услед померања криве тражње

4.1.3.Тржишна равнотежа

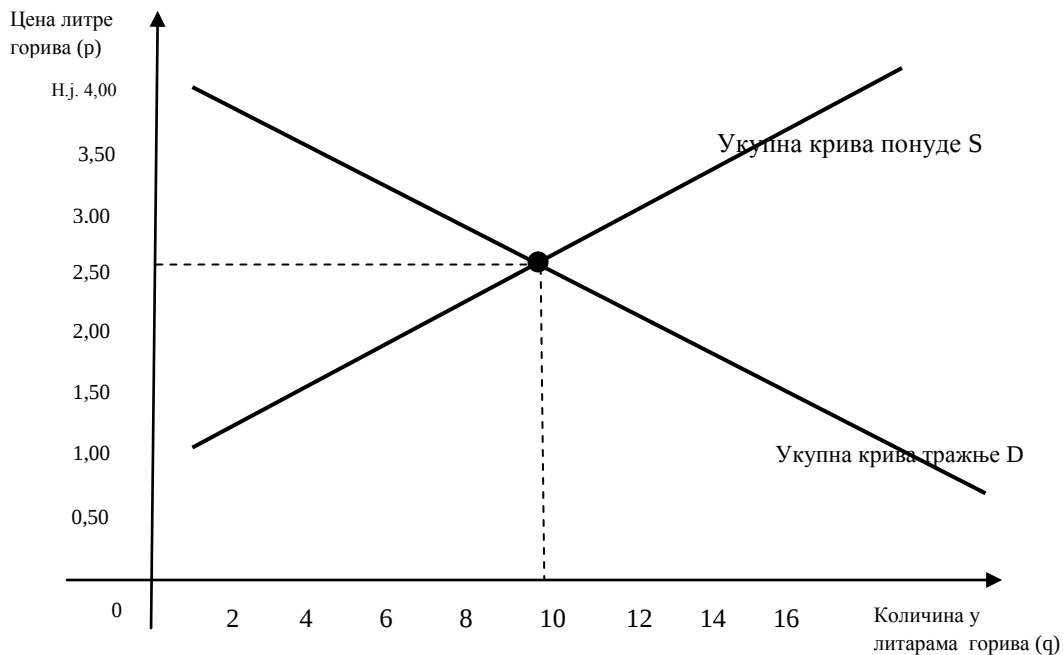
На одређеном тржишту делују истовремено обе тржишне силе, тражња и понуда. На основу ове чињенице могу се јавити одређене последице као што су:

- једнакост понуде и тражње,
- већа понуда од тражње и
- мања понуда од тражње.

Табела 4.3.

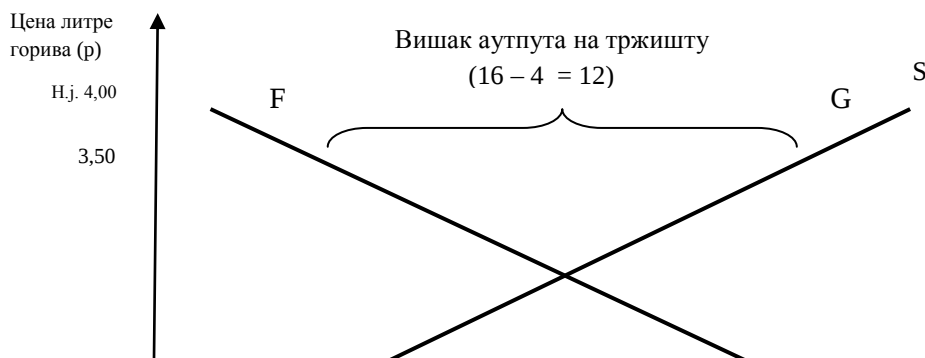
Појединачна тражња		Укупна тражња ($q_{\Sigma}=q_1+q_2$)	Цена литре горива (p)	Укупна понуда ($q_{\Sigma}=q_1+q_2$)	Појединачна понуда	
(q_1)	(q_2)				(q_1)	(q_2)
16	9	25	0,00	0	0	0
14	8	22	0,50	0	0	0
12	7	19	1,00	1	1	0
10	6	16	1,50	4	2	2
8	5	13	2,00	7	3	4
6	4	10	2,50	10	4	6
4	3	7	3,00	13	5	8
2	2	4	3,50	16	6	10

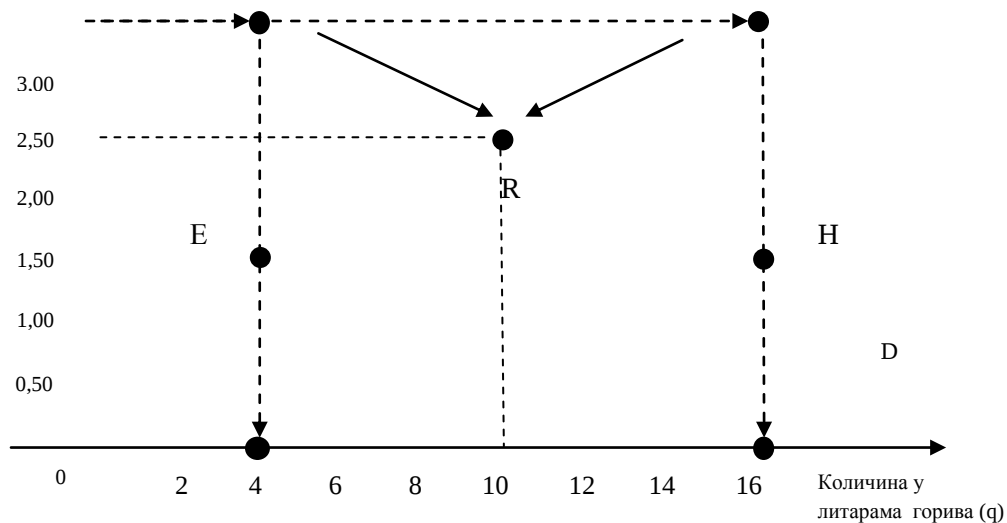
0 1 1 4,00 19 7 12



4.13. Једнакост укупне понуде и укупне тражње

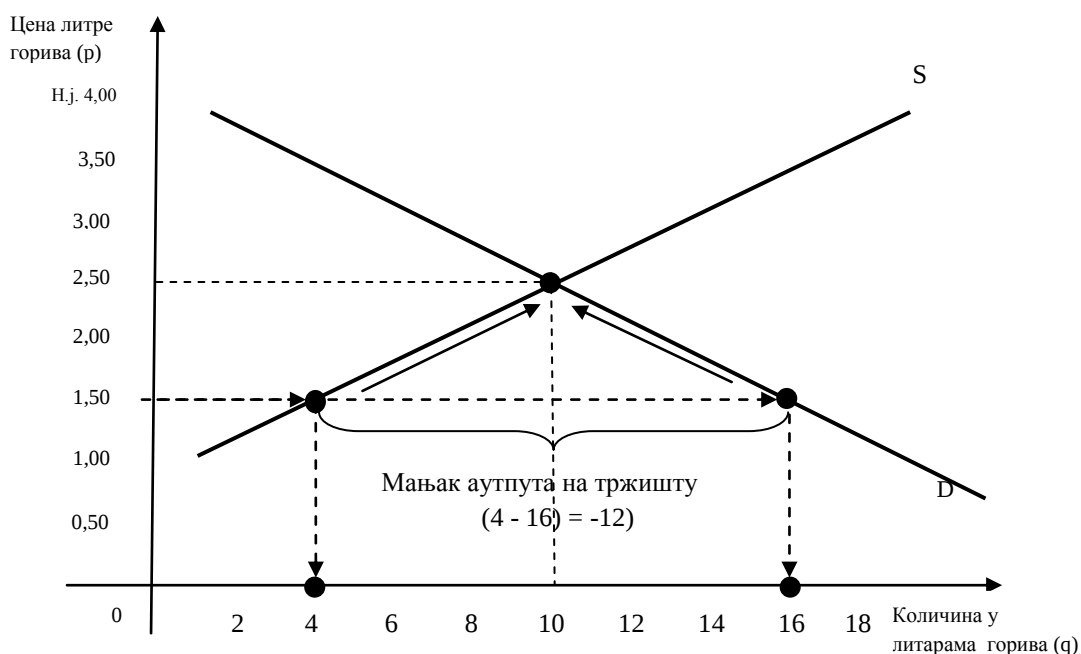
Када говоримо о једнакости понуде и тражње говоримо о постојању тржишне равнотеже. Тржишна равнотежа, као једнакост понуде и тражње, може се дефинисати као једнакост *оне количине аутпута, за сваку дату цену, коју купаци купују/троше у складу са својим вредносним системима (мотивима) и буџетским ограничењима (дохоцима) са оном количином аутпута коју произвођачи/продаваци производе/продају у складу са својим интересима (мотивима) и буџетским ограничењима (буџетским средствима)*. Уколико се у условима савршене конкуренције догоди да се одреди цена која је већа од тржишне тада се појављује вишак аутпута на тржишту јер су произвођачи више произвели него што купци желе да купе односно аутпут. На основу дејства тржишних сила овај проблем вишка се решава тако што уколико произвођачи желе да своје производе као имовину трансформишу у капитал они морају понудите нижу цену, у конкретном случају „вишак“ износи $(12 = 16 - 4)$.





4.14. Вишак укупне понуде у односу на укупну тражњу

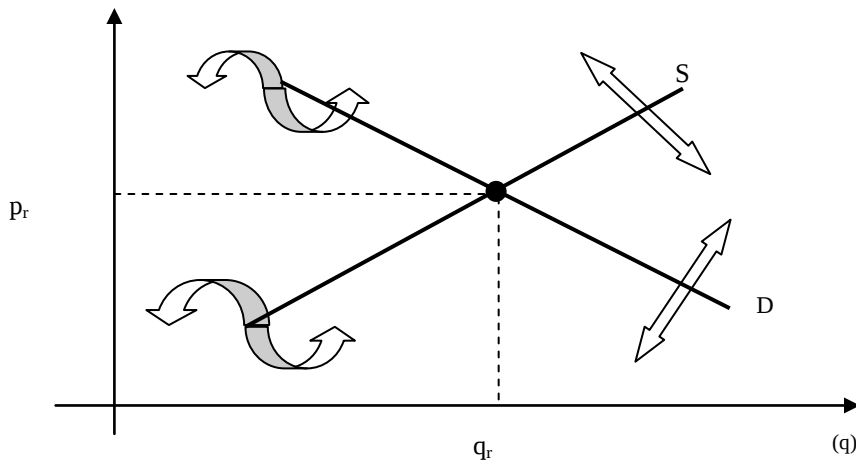
У случају да се у условима савршене конкуренције одреди цена која је нижа од равнотежне последица по пословно окружење је таква да се мање производи аутпута него што се истих тражи. Имајући у виду да су интереси купаца и произвођача супростављени да ниже цене више одговарају купцима него произвођачима и обратно доћи ће до мањка аутпута на односном тржишту ($4 - 16 = -12$). Проблем који је настао, може се решити једино увиђањем и схватањем позиција како на страни произвођача тако и на страни потрошача тј. спремности купаца да плате већу цену за аутпут.



4.15. Мањак укупне понуде у односу на укупну тражњу

Да ли ће се десити веће или мање промене понуде, тражње и цена и какве ће промене понуде и тражње бити у погледу њиховог повећања или смањења зависи ће од многобројних детерминанти. Конкретно, у зависности од карактеристика кривих понуде и тражње у смислу њиховог нагиба-еластичности, од њихове фиксности или већег или мање померања као и њихове међусобне интеракције зависиће сва квантитативна и квалитативна обележја равнотеже, а у вези с њом и равнотежне тачке и равнотежне

кој (p)



4.15. Утицај многобројних детерминанти на тржишну равнотежу

4.2. Основне пословне перформансе предузећа

За производњу аутпута потребно је обезбедити ресурсе тј. производне факторе, под „ресурсима предузећа подразумевамо сву материјалну и нематеријалну имовину која омогућава одвијање његове економске активности“²³. Имајући у виду повезаност разних врста ризика са ресурсима предузећа, ресурси могу бити како предност/снага тако и недостатак/слабост сваког предузећа. Од начина на који ће се употребити фактори производње зависи ће успешност пословања предузећа. Ефикасност употребе фактора производње зависи ће од саме рационалности коришћења као и од примењене технологије у производњи аутпута. Сви ресурси или фактори производње²⁴ могу се поделити на:

- земљу;
- сировине;
- радну снагу;
- капитална добра и то:

* физички капитал као што су разне врсте машина, зграда, рачунара, камиона и томе слично, реч је о оним улгањима у производњу која су и сама продукт људског рада и физички су опипљива;

²³ Wernerfelt B., (9-10/1984), „A Resource-Based View of the Firm“, Strategic Management Journal, , pp. 171-180.

²⁴ Hal R. Varijan, (2010.), „Микроекономија“, Економски факултет, Београд, стр.319-331.

* нематеријални капитал све оно што је такође продукт људског рада и представљају инпут у односној производњи али су физички неопипљива знање, организација, патенти, лиценце и сл. и

* финансијски капитал, реч је о новцу који се користи за основање или одржавање предузећа.

Ангажовањем поменутих фактора производње има за последицу појаву утешака и трошкова у производњи одређених аутпута. Продајом произведених аутпута појави ће се приход као једна од перформанси пословања предузећа којом се решавају многи пословни проблеми. *Приход* је сложена економска перформанса која у суштини описује ниво задовољства купаца на тржишту. Приходи се дефинишу као „прилив вредности у предузеће“, аналогно томе „расходи су одлив вредности из предузећа“²⁵ и укупан приход аритметички се може изразити као производ продате количине аутпута и његове тржишне цене $P_T = q \cdot p$

4.2.1. Минимизирање трошкова

Колико ће се произвести аутпута зависи од многих ограничавајућих фактора, пре свега од расположивих буџетских средстава за набавку фактора производње, цене фактора производње, примењене технологије (тј технолошких ограничења) као и целокупне ефикасности рада предузећа.

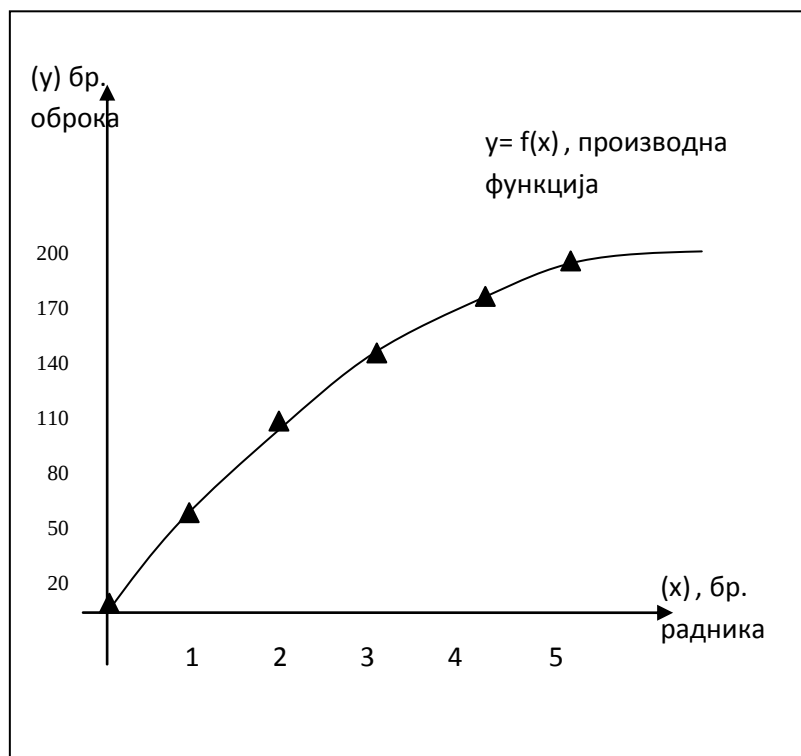
Производња приказује се помоћу производне функције која алгебарски личи на логаритамску функцију (однос аутпута и инпута) која има карактеристику опадајућег приноса у производњи аутпута. Опадајући принос у производњи аутпута постоји (у кратком временском периоду) због ограничавајућег фиксног производног фактора. Због технолошког ограничења (фиксног фактора) повећање производње аутпута код јавног предузећа није могуће остварити у недоглед у кратком временском хоризонту, с том разликом, да, у дугом временском хоризонту је могуће организовати било који обима производње јер се фиксни и варијабилни производни фактор могу прилагодити захтеваним производним потребама. Облик/природу технологије у производњи аутпута приказују се путем одређених изокванти, које као и код потрошача могу бити различитог облика све у зависности коју комбинацију производних инпута захтева примењена производна технологија. Дакле, могуће су различите комбинације инпута x_1 и x_2 у производњи аутпута предузећа. Производња додатног обима аутпут Δy остварује се

²⁵ Malinić D., Milićević V., Stevanović N., (2013), “Upravljačko računovodstvo”, Ekonomski fakultet, Beogra, str. 54

ангажовањем додатних фактора производње Δx_1 (варијабилни фактор производње) њихов однос је представљен као гранични производ и он се алгебарски може се изразити на следећи начин:

$$\frac{\Delta y}{\Delta x_1}.$$

Уколико можемо ангажовати радне снаге колико желимо у кратком временском периоду то значи да нам је радна снага варијабилни фактор (x_1), док ресторан у коме се спрема храна је основно средство чији капацитет у кратком временском року не можемо повећати, другим речима ресторан као основно средство је фиксни фактор (x_2).



Слика 4.16.: Производна функција ресторана

Последице ангажовања варијабилног фактора тј. радне снаге у току једног дана у производњи аутпута у ресторану може се видети у следећој табели:

Табела. 4.4.

Бр. радника	Аутпут бр. obroka	Маргинални произ. рада	Фиксни трошак ресторана	Трошак радника вариј. трошак	Укупни трошак ресторана
0	0	10		0	10
		60			
1	60	50	10	12	22
		40			
2	110	30	10	24	34
		20			
3	150	10	10	36	46
		10			

Маргинални производ има опадајућу законитост (у кратком временском интервалу), ова законитост је последица ограниченог фиксног фактора x_2 . У дугом временском хоризонту сви фактори производње су варијабилни тако да законитост „опадајући гранични производ „ у дугом временском хоризонту не постоји. Дуги временски хоризонт је различит за различита предузећа и одређен је природом делатности предузећа. Дугим временским хоризонтом означавамо онај временски период који је неопходан да се фиксни производни фактор може изменити. Уколико је реч о згради, о куповини и монтирању технологије, пољопривредној производњи и сл, он је различит.

Маргинални производ је важан елемент у одређивању стопе техничке супституције. Однос међусобне замене производног фактора називамо стопом техничке супституције (STS) која показује колико треба да заменимо један производни фактор другим како би били на истом нивоу производње (тј. произвели исти обим аутпута y). Алгебарски стопу техничке супституције можемо изразити:

$$MP_1 = \frac{\Delta y}{\Delta x_1}, \quad MP_2 = \frac{\Delta y}{\Delta x_2}, \quad STS = \frac{\frac{\Delta y}{\Delta x_1}}{\frac{\Delta y}{\Delta x_2}}, \quad STS = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1}$$

4.2.2. Врсте трошкова предузећа

У зависности од ефикасности употребе производних фактора зависи и конкурентност предузећа. Циљ сваког предузећа јесте остварити максимални профит, а сама величина профита, између осталог зависи од висине остварених трошкова предузећа. Предузеће има разне врсте трошкова, инпути чији се утрошак не мења, а потребни су за организацију производње аутпута имаће фиксни ниво утрошка и њихов вредносни израз означавамо фиксним трошковима ($FC(y)$), вредности израз утрошака оних инпути који се у кратком временском хоризонту флексибилни/варијабилни зовемо варијабилним трошковима ($VC(y)$), а збир свих трошкова даје укупне трошкове ($C(y)$). Још један важан трошак који морамо поменути, а то су маргинални трошкови ($MC(y)$) који представљају колико је потребно додатних трошкова за производњу још једне/додатне јединицу производа (уз претпоставку фиксне цене фактора производње (w_1 и w_2), слика 4.17.). Алгебарски поменуте врсте трошкова за просечни производ можемо изразити на следећи начин:

$$C=FC+VC, \quad PFC = \frac{FC}{q}, \quad PVC = \frac{VC}{q}, \quad PC = \frac{C}{q}, \quad MC = \frac{\Delta C}{\Delta q},$$

$$\Delta C = C_t - C_{(t-1)}, \quad \Delta q = q_t - q_{(t-1)}, \quad MC = \frac{\Delta C}{\Delta q} = \frac{C_t - C_{(t-1)}}{q_t - q_{(t-1)}}$$

C– укупни трошак,

FC– укупни фиксни трошак.

VC– укупни варијабилни трошак.

q –производна количина аутпута,

PC –просечни укупни трошак,

MC – маргинални трошак,

ΔC –промена укупног трошка,

Δq –промена произведене количине аутпута,

C_t – укупни трошак у периоду **t**,

$C_{(t-1)}$ – укупни трошак у периоду **t-1**,

q_t – произведена количина аутпута у периоду **t**,

$q_{(t-1)}$ – произведена количина аутпута у периоду **t-1**.

Уколико сада узмемо у обзир производњу хлеба у једној пекари можемо на конкретном примеру видети промене на разлитим врстама трошкова²⁶.

Табела 4.5.

Број хлеба на сат	Фиксни трошак	Варијабилни трошак	Укупни трошак	Просечни фиксни трош.	Просечни вариј. трош.	Просечни укупни трош.	Маргинални трошак
q	FC	VC	C=FC+VC	$PFC = \frac{FC}{q}$	$PVC = \frac{VC}{q}$	$PC = \frac{C(q)}{q}$	$MC = \frac{\Delta C}{\Delta q}$
0	1	0	1	-	-	-	1,5
1	1	1,5	2,5	1,00	1,50	2,50	1,3
2	1	2,8	3,8	0,50	1,40	1,90	1,1
3	1	3,9	4,9	0,33	1,30	1,63	0,9
4	1	4,8	5,8	0,25	1,20	1,45	0,9
5	1	5,7	6,7	0,20	1,14	1,34	1,1
6	1	6,8	7,8	0,17	1,13	1,30	1,3
7	1	8,1	9,1	0,14	1,16	1,30	1,5
8	1	9,6	10,6	0,13	1,20	1,33	1,7
9	1	11,3	12,3	0,11	1,25	1,36	1,9
10	1	13,1	14,1	0,10	1,31	1,41	2,1
11	1	15,2	16,2	0,09	1,38	1,47	2,3
12	1	17,5	18,5	0,08	1,46	1,54	

²⁶ На самом почетку производње пекар није прибавио довољан број радника, из тих разлога варијабилни као и маргинални трошкови у почетку опадају да би касније због ограничавајућег фиксног производног фактора почели да се повећавају.

13

1

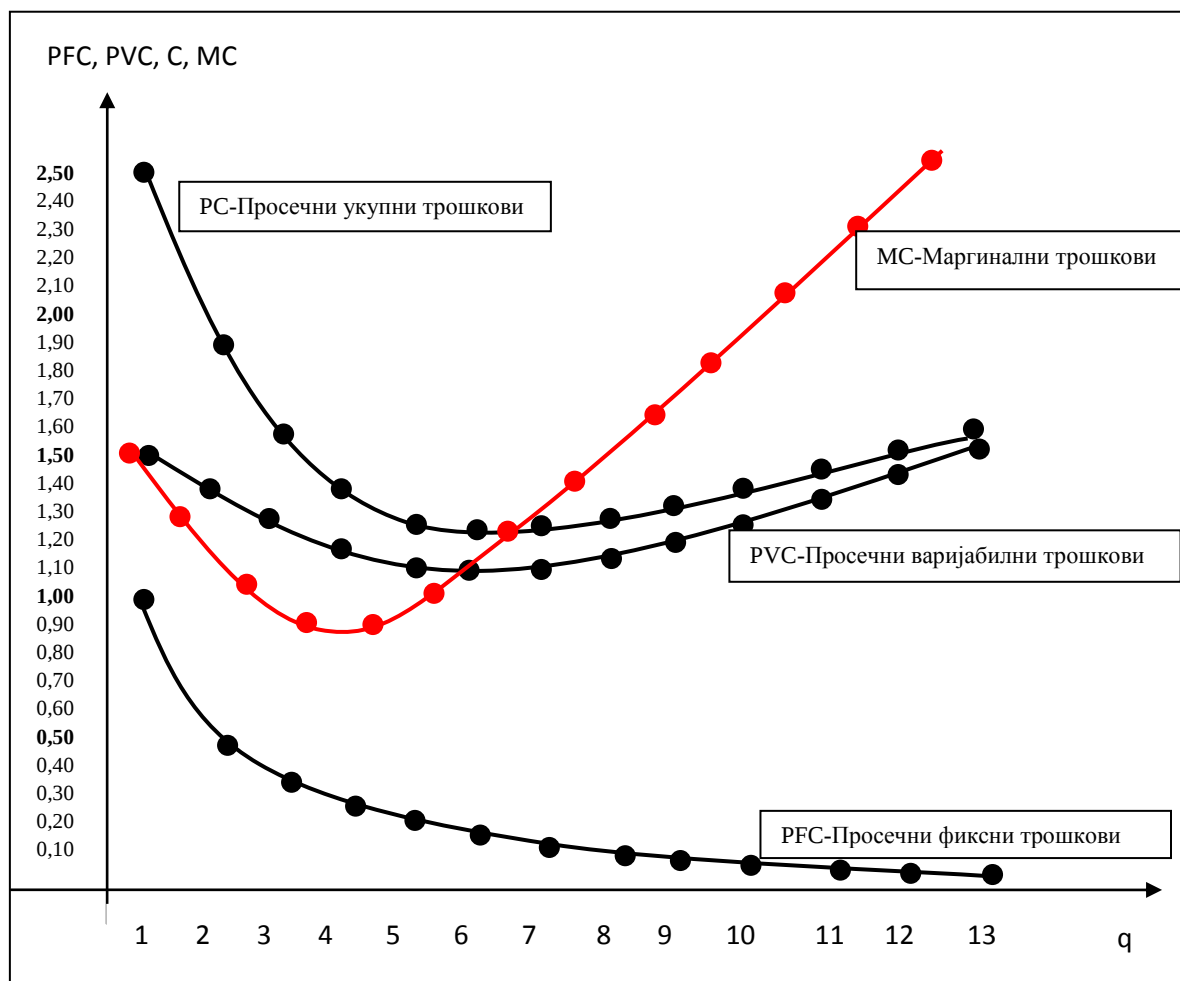
20,0

21,0

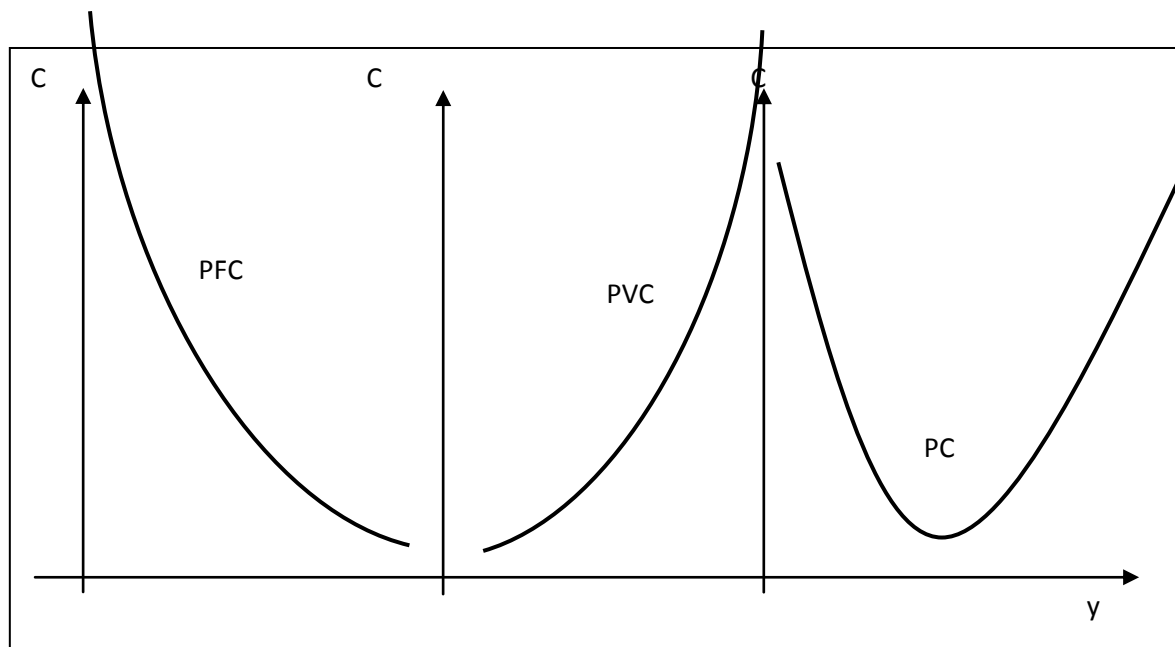
0,07

1,54

1,61



Слика 4.17.: Просечни и маргинални трошкови предузећа (пекаре)



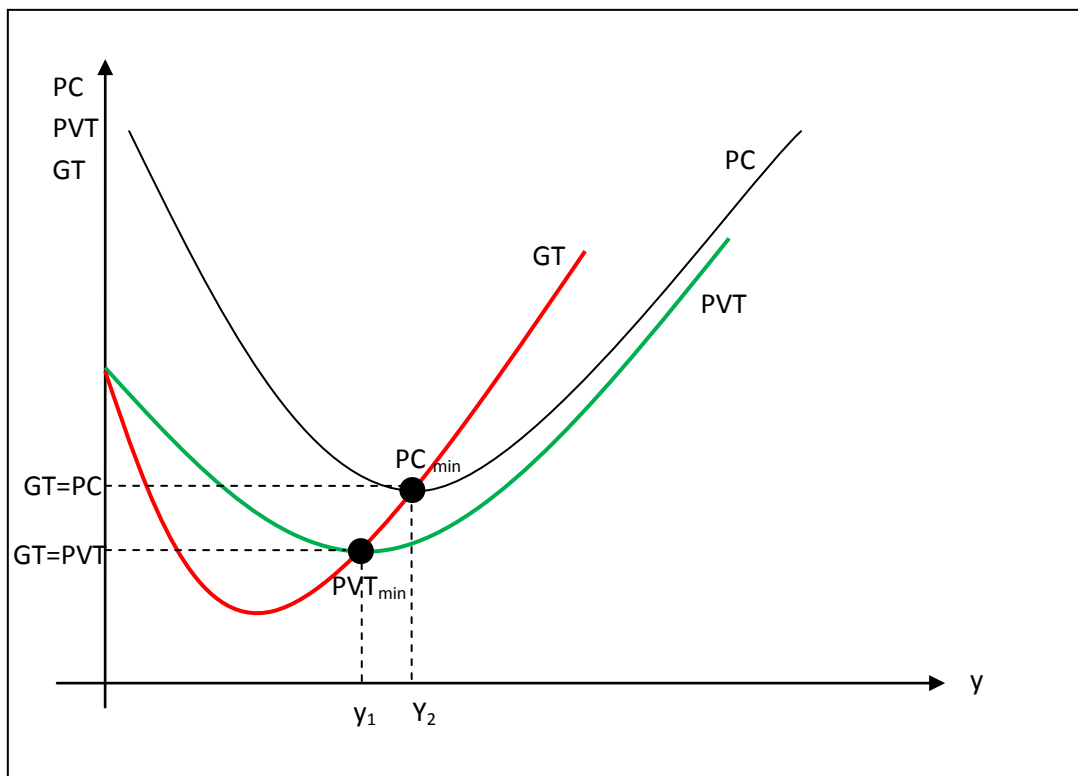
Слика 4.18.: Апроксимиране врсте трошкова²⁷

Најважније карактеристике трошкова су следеће:

1. Крива просечних укупних трошкова (PC) (слика 4.18.) има облик латиничног слова U. Код малог обима инпута фиксни трошкови по јединице се смањују с тим што је то смањење фиксних трошкова доминантније у односу на ефекат повећања просечних варијабилних трошкова. Укупни трошкови свој графички облик дугују флексибилности производње, у почетку флексибилност производње је већа јер не делује ограничавајући фиксни фактор те крива просечних укупних трошкова је опадајућа. После достизања минимума укупних трошкова почиње доминација раста просечног варијабилног трошка у односу на пад просечног фиксног трошка па је сада просечни укупни трошак растућа функција. Облик просечног укупног трошка можемо описати и на следећи начин опадајући део просечног фиксног трошка настаје због значајног смањења фиксних трошкова при малим обимима производње с једне стране и малог смањења (у појединим случајевима малог повећања) варијабилних трошкова при малим обимима производње. Други, растући део просечних укупних трошкова настаје као резултат мало значајног смањења фиксних трошкова при већем обиму производње с једне стране и значајног повећања варијабилних трошкова (због фиксног ограничења) при већем обиму производње;

²⁷ Графички прикази прилагођени су према H.R. Varijan, „Микорекономија“, поглавље 20. и поглавље 21., стр. 349-378, такође све ознаке обележја прилагођено су према H.R. Varijanu.

2. Просечни варијабилни трошкови (PVT) (слика 4.19.) су испод просечних укупних трошкова и могу у почетку опадати, али и не морају (све у зависности да ли су на почетку производње аутпута ангажова укупно потребан обима варијабилног производног фактора или не). Оног тренутка када се изједначе са граничним трошковима (GT) тада почињу да расту услед ограничавајућег фиксног фактора. За прву јединицу аутпута гранични трошак и просечни варијабилни трошак су једнаки.
3. Гранични трошкови (GT) (слика 4.19.) секу просечне укупне и просечне варијабилне трошкове у њиховим минимумима. Ово се догађа због односа просечних и маргиналних величина. Ову законитост можемо разумети на једном пластичном примеру плате радника. Када радник добије за свој рад (реч је о додатној/маргиналној плати) мању плату него што је била његова просечна плата у предходном периоду, тада ће се радникова просечна плата смањити и обратно плата ће се повећати. На основу поменутог односа маргиналних и просечних вредности када се просечне вредности укупних и варијабилних трошкова смањују, смањује се и гранични трошак с тим што се он смањује више од просечних величина и налази се испод њих. Када просечни трошкови расту, расте и гранични трошак али брже од просечних фиксних и варијабилних величина, тако да је крива граничног трошка изнад кривих просечних трошкова. Када долази до лома граничног трошка из опадајуће у растућу функцију он сече укупне просечне трошкове и просечне варијабилне трошкове у њиховим минимумима.



Слика број 4.19.: Тачке лосечења трошковних кривих²⁸

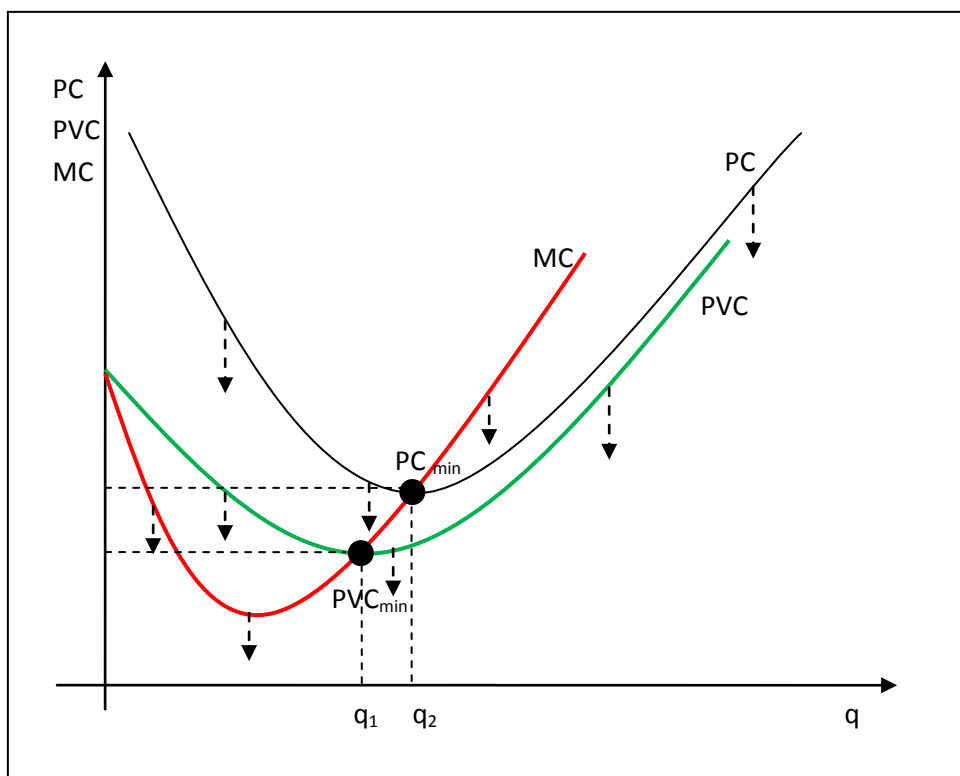
Алгебарски трошковну функцију можемо приказати у облику:

$C = w_1x_1 + w_2x_2$, преуређењем можемо добити,

$$x_2 = \frac{C}{w_2} - \frac{w_1}{w_2}x_1, \text{ где је нагиб } \frac{w_1}{w_2}.$$

Укупни трошкови, алгебарски приказани као C , могу бити различитог нивоа, циљ свих предузећа треба да је усмерен на минимизирање укупних трошкова.

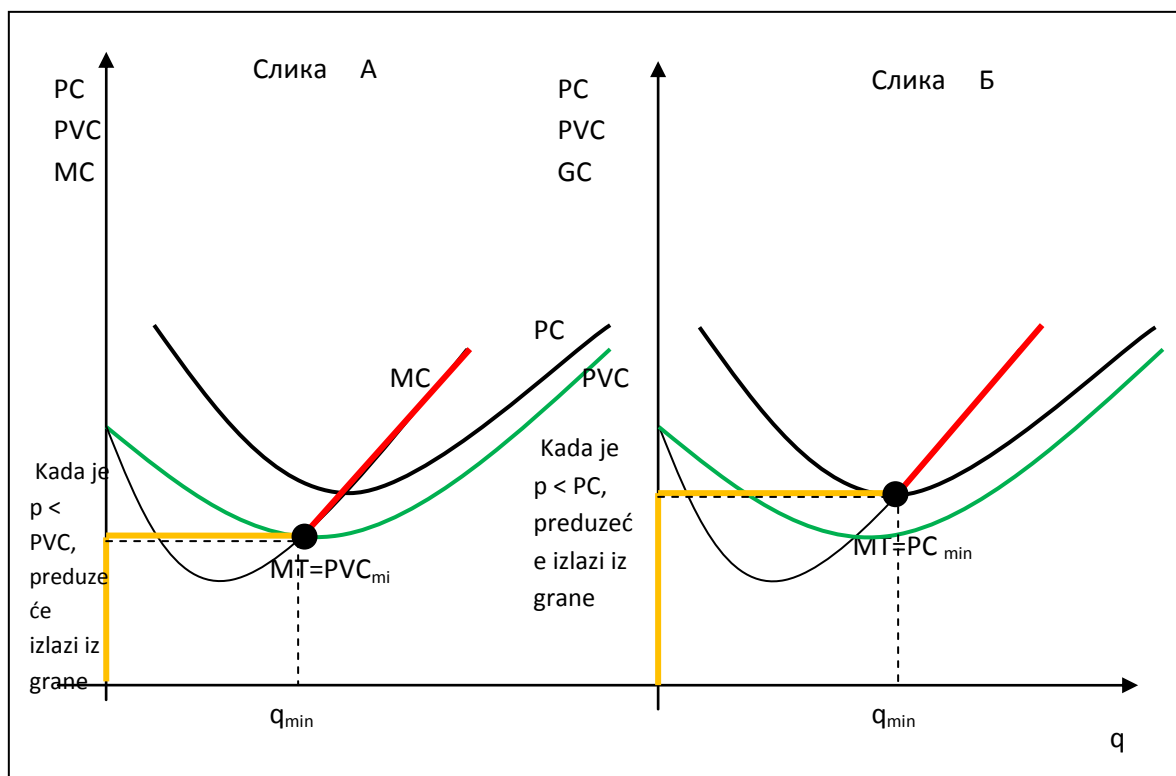
²⁸ Исто.



Слика 4.20.: Стратегија смањења трошкова²⁹

У кратком временском хоризонту предузеће може спроводити стратегију минимизацију само варијабилних трошкова док у дугом временском хоризонту стратегија минимизирања трошкова мора се односити како на варијабилне тако и на фиксне трошкове.

²⁹ Исто.



Слика 4.21.: Формирање криве тражње у кратакм и дугом периоду³⁰

Када је тржишна цена коштања у производњи аутпута предузећа таква да се налази између просечних варијабилних и просечних укупних трошкова предузећа тада ће предузеће покривати све варијабилне и део фиксних трошкова. У таквим околностима предузеће треба да у кратком временском периоду предузме све активности у погледу смањења трошкова како би се оставрила барем једнакост тржишне цене и минималних укупних просечних трошкова и на тај начин покрили укупни просечни трошкови тј. како би пословање предузећа изашло из зоне губитка (слика 4.21. под Б). Разлог да се у кратком временском периоду настави са производњом проналази се у смањењу тј. покривању једног дела фиксних трошкова. Уколико не би наставили производњу фиксни трошкови постоје тако да би губитак био већи, покривањем дела фиксних трошкова и свих варијабилних предузеће може покушати да рационализацијом свог пословања изађе из зоне губитка уколико је то немогуће треба обуставити производњу.

У случају када је цена коштања производње аутпута предузећа једнака са просечним варијабилним трошковима у оваквим условима, неопходно је да предузеће донесе одлуку у вези производње аутпута јер се у постојећим околностима покривају само сви варијабилне и ниједан део фиксних трошкова (слика 4.21. под А).

³⁰ Графички прикази прилагођени су према Н.Р. Варијан, „Микорекономија“, поглавље 20. и поглавље 21., стр. 349-378, такође све ознаке обележја прилагођено су према Н.Р. Варијану.

И на крају уколико је цена аутопута јавног предузећа испод просечних варијабилних трошкова тада се не покривају сви фиксни трошкови као и део варијабилних трошкова предузеће, тада предузеће треба да обустави производњу аутопута. Разлог за обустављање производње оправдава постојањем две врсте штете по предузеће. Прва штета је у непокривању укупних фиксних трошкова, а друга, такође у непокривању већег или мањег дела варијабилних трошкова. У оваквим условима потребно је одмах обуставити производњу аутопута и своје активности усмерити ка другим инвестиционим алтернативама.

4.3. Максимизирање профита предузећа у условима савршене конкуренције

Предузећа послују у различитим пословним окружењима. Најпожељнији вид пословног окружења требало би да буде конкурентно тржиште .

4.3.1. Конкурентно тржиште

Конкурентно тржиште је изузетно пожељно пословно окружење коме држава као најзначајнији регулатор привредних кретања треба да тежи. Уколико постоји претежно/доминантно конкурентно пословно окружење у једној земљи оно ће омогућити непогрешиву алокацију ресурса у једној земљи, што ће имати за последицу максимизирање друштног богатства у облику максимизирања величине потрошачких и произвођачких вишкова. Парето ефикасност је повезана са алокативном функцијом која као таква остварује се на објективан начин у смислу да ће се уз минималне трошкове произвести она количина аутопута (производа и услуга) по обиму и структури која одговара тражњи по обиму и структури чиме ће се максимизирати и корисности самих потрошача. Поред стварања неопходних услова за максимизирање поменутог благостања једног друштва, стварањем конкурентног пословног окружења, држави је олакшана и

могућност за спровођење своје друге активности и то у облику (ре)дистрибутивне функције. На овај начин остварују се оба принципа неопходних за суштински раст и развој једне земље а то су ефикасност и правичност.

Дакле да би се поменути принципи суштинског раста и развоја у једној земљи остварили (ефикасност и праичност) потребно је постајање конкурентног пословног окружења, само у конкурентим тржиштима описани сценарио максимизирања животног стандарда ће се десити. Конкурентно тржиште има и своје предуслове који су потребни, по Манкјуу реч је о следећи три претпоставке:

1. Потребно је постојање мноштва купаца и произвођача;
2. Аутпути произвођача/продаваца морају имати иста обележја;
3. Мора постојати слобода уласка и изласка произвођача на односном тржишту.

Постојање мноштва купаца и продаваца је један од неопходних услова савршено конкурентног пословног окружења. Постојањем овог тржишног обележја ствара се такав амбијент (пословно окружење) где нико како на страни понуде тако и на страни тражње нема значајну снагу, а тиме моћ да може утицати на формирање цене аутпута. Дакле, ни једна страна не ограничава економску слободу. У таквим околностима где су сви учесници на тржишту једнаки тј. не могу утицати на формирање цене аутпута, кажемо да купци и произвођачи на тржишту узимају цену аутпута као дату, тј. цена је објективно дата.

Постојање чињенице да аутпути имају иста обележја то значи да се не могу диференцирати и да на основу тога произвођачи не могу имати негативан утицај на корисност потрошаче, а тиме и на максимизирање својих користи. Ова чињеница јача економске слободе односног пословног окружења.

Непостојање баријера уласка и изласка са појединих тржишта такође је повезано са ограничавањем тј. елиминисањем утицаја појединих предузећа која на основу тога могу имати моћ да максимизирају свој интерес. Наиме, уколико предузећа могу улазити у одређену привредну грану то ће довести до максимизирања рационалности тј. минимизирања производних трошкова. Постојање слободе у смислу уласка и изласка допринеће користи како произвођача тако и потрошача.

За свако предузеће је веома важно да оствари довољан обима прихода како би покрили укупне трошкове пословања. Тако да можемо рећи да су приходи средство за решавање проблема предузећа представљених у виду трошкова. Да би власник/менаџери доносили адекватне одлуке (максимизирали профит) потребно је да знају величину и врсту прихода. Укупан приход је производ количине и цене; просечни приход (PR) предузећа се рачуна као количиник укупног прихода (R) и количине аутпута (q) за дати укупни приход (табела бр. 4.6) и маргинални приход се добија као количник промене укупног прихода (ΔR) и промене аутпута (Δq) за дати укупни приход (табела бр. 4.6).

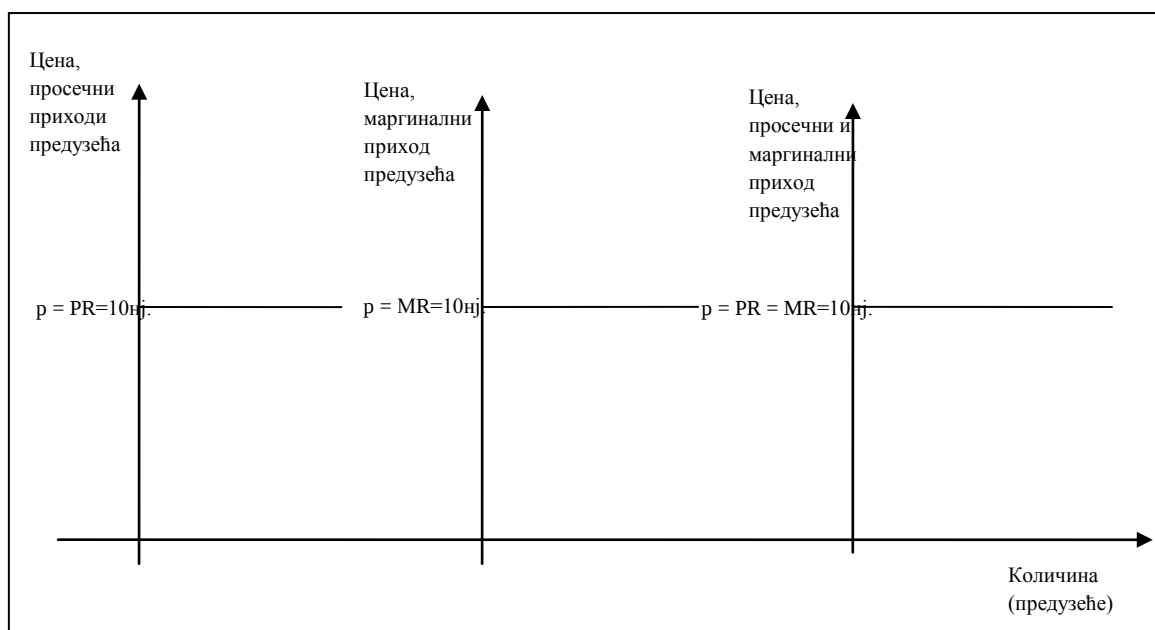
Табела број 4.6. Врсте прихода производног предузећа у условима савршене конкуренције

Број аутпута	Цена аутпута	Укупни приход	Просечни приход	Маргинални приход
(q)	(p)	(R = q * p)	$(PR = \frac{R}{q})$	$(MR = \frac{\Delta R}{\Delta q} = \frac{R_t - R_{(t-1)}}{q_t - q_{(t-1)}})$
0	10	0	-	-
1	10	10	10	$MR = \frac{\Delta R}{\Delta q} = \frac{10 - 0}{1 - 0} = \frac{10}{1} = 10$
2	10	20	10	10
3	10	30	10	
4	10	40	10	10
5	10	50	10	
6	10	60	10	10
7	10	70	10	
				10
				10
				10

Да би дефинисали обележја поменутих врста прихода, подсетићемо се на обележја равнотежне тржишне цене која се свде на следеће констатације **„тржишне цене су такве да на њих нико ни произвођачи ни потрошачи не могу утицати, и као такве, сви учесници на тржишту узимају цену као дату“**. Обележја поменутих прихода за предузеће у условима савршене конкуренције можемо сагледати посматрајући табеле број 4.6. и она се свде на следеће:

1. тржишна цена је дата за све учеснике на тржишту (p),
2. маргинални приход једнак је тржишној цени ($MR=p$),
3. просечни приход једнак је тржишној цени ($PR=p$) и
4. просечни прход и маргинални приход једнаки су тржишној цени ($PR=MR=p$).

Поменута обележја прихода предузећа у савршеној конкуренцији (конкретан пример односи се на податке из табеле бр. 4.6. могу се и графички представити на следећи начин:



Слика 4.23.: Врсте прихода

Да би предузеће могло опстати на тржишту оно мора покрити све своје трошкове како фиксне тако и варијабилне. Другим речима приход предузећа мора бити барем једнак ако не и већи од укупних трошкова предузећа. Дакле, предузеће да би могло максимизирати свој профит његови просечни трошкови морају бити једнаке са тржишном ценом.

Табела број 4.7. Максимизирање профита производног предузећа у условима савршене конкуренције

Број аутпута	Цена аутпута	Укупни приход	Ук. трош.	Пр. трош.	Укупан профит	Маргинални приход	Маргинални трошак	Промена профита
(q)	(p)	(R)	(C)	(PC)	($\pi=R-C$)	$\left(MR = \frac{\Delta R}{\Delta q} = \frac{R_t - R_{(t-1)}}{q_t - q_{(t-1)}} \right)$	$\left(MC = \frac{\Delta C}{\Delta q} = \frac{C_t - C_{(t-1)}}{q_t - q_{(t-1)}} \right)$	$\Delta\pi = MR - MC$

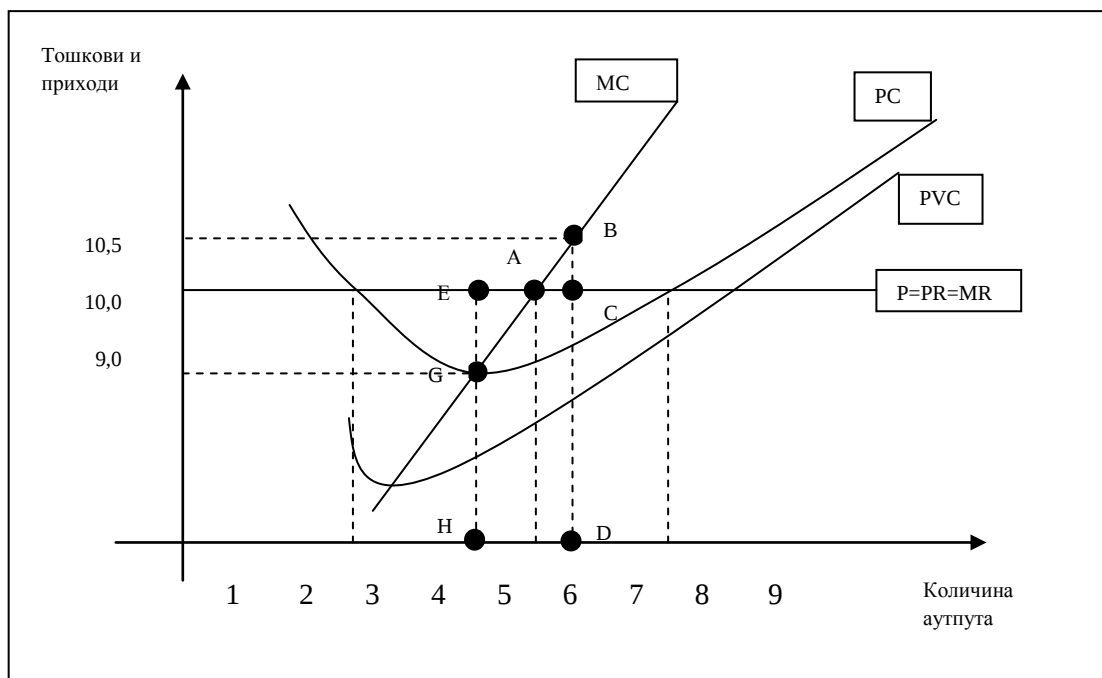
0	10	0	10	-	-10	-	-
1	10	10	15	15,0	-5	$MR = \frac{\Delta R}{\Delta q} = \frac{10 - 0}{1 - 0} = 10$	$MC = \frac{\Delta C}{\Delta q} = \frac{15 - 10}{1 - 0} = \frac{5}{1} = 5$ $\frac{\Delta R}{\Delta q} - \frac{\Delta C}{\Delta q} = 5$
2	10	20	21	10,5	-1	10	6 4
3	10	30	28	7,0	2		
4	10	40	36	9,0	4	10	7 3
5	10	50	45	9,0	5		
6	10	60	55	9,2	5	10	8 2
7	10	70	66	9,4	4		
8	10	80	88	11,0	-8	10	9 1
						10	10 0
						10	11 -1
						10	12 -2

Циљ сваког приватног предузећа је максимизирање своје циљне функције, а циљ је профит као разлика између укупних прихода и укупних трошкова предузећа. Нумеричко рачунање максимизирања профита предузећа може се израчунати као једнакост маргиналних прихода и маргиналних трошкова.

Проблем максимизирања укупне масе профита за предузеће може се решити на основу поређења маргиналних прихода и маргиналних трошкова аутпута. Маргинални приход аутпута мери колико прихода предузећу одбацује свака новопроизведена једница аутпута, док маргинални трошак мери колико предузеће кошта свака новопроизведена једница аутпута. Оног тренутка када се изједначе поменуте маргиналне величине, у тачки А (табела бр 4.7 и слика бр. 4.24.) можемо рећи да предузеће у условима конкуренције максимизира укупну масу профита . У конкретном случају то је онај обим производње аутпута који се налази између 5 и 6 једница аутпута. Зашто? На овом обиму аутута долази до изједначавања маргиналног прихода и маргиналног трошка за јединицу аутпута, дакле укупни трошкови у производњи додатне јединице аутута еквивалентни су са приходом од продаје те исте произведене јединице аутута предузећа. Уколико би предузеће наставило са повећањем обима производње и преко тачке А, на пример, уколико је обим производње 6 једница аутпута, поредећи маргиналне величине видећемо да су маргинали

трошкови већи представљени величином дужи BD (чија је монетарна вредност око 10,5 нј.) од маргиналног прихода представљени величином дужи CD (чија је монетарна вредност 10 нј.) И обратно, пре изјеначавања маргиналних величина, пре тачке А, свако повећање производње обима аутпута доводи до тога да је за предузеће исплативо да настави повећање обима производње тако што је већи маргинални приход од маргиналног трошка, конкретно за обим производње између 4 и 5 аутпута маргинални приход представљен величином дужи EH (10 нј.) већи је од маргиналног трошка HG (9 нј.) тако да је предузећу у интересу да настави са повећањем обима производње све до тачке А јер са сваком додатном јединицом аутпута предузеће увећава укупну масу профита.

Слика 4.24. Максимизирање профита производног предузећа у условима савршене конкуренције



4.4. Максимизирање профита предузећа у условима монопол

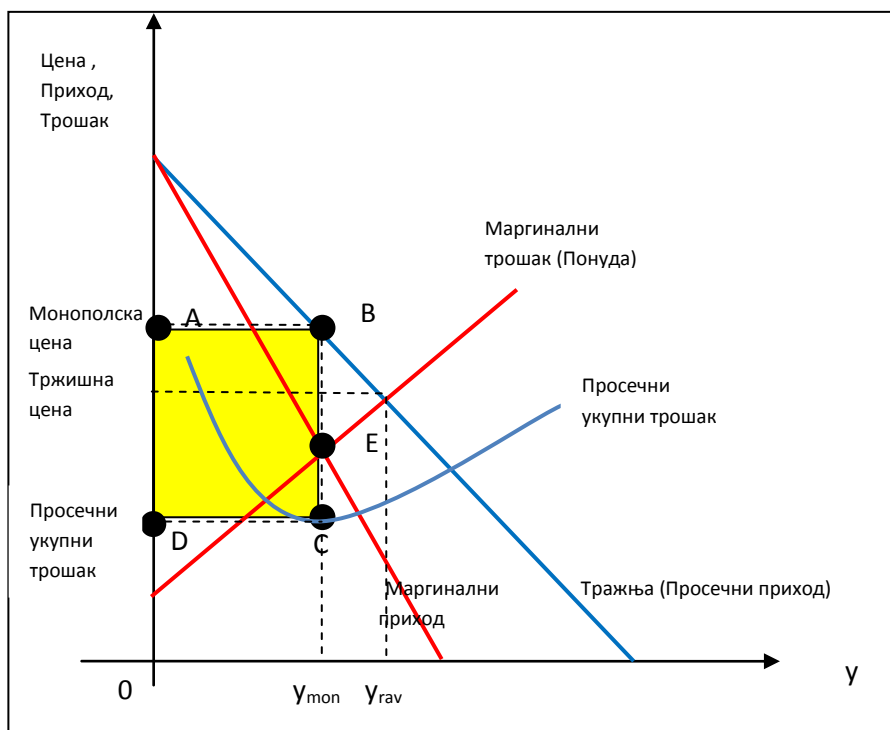
Током деветнаестог века, а нарочито почектом двадесетог века, теорија економске мисли и пракса привредног живота западноевропских земаља почињу међусобно све више да се удаљавају. Поред популаризације и разраде идеја класичне економске мисли и одбрамбених говора у вези економског либерализма и либералне државе, у привредном животу услед технолошког развоја, увећања индустријског и финансијског капитала водило је промени структуре привреде и производње, настали су монополи.

Поставља се једно логично питање зашто су монополи настали, опстали а касније и развили се до неслућених размера? Одговор је крајње једноставан због профита. Монополи су својим власницима створили такав амбијент у коме могу максимално вршити дискриминацију цена што утиче на повећање приноса на ангажована средства. Такође, монополи имају такву моћ да својим власницима обезбеде дугорочне и стабилне профитне стопе јер су у условима монопола варијације профитних стопа мале, што је посебно важно у периодима појаве цикличних криза.

Грегори Манкју врши поделу монопола на три врсте, и то:

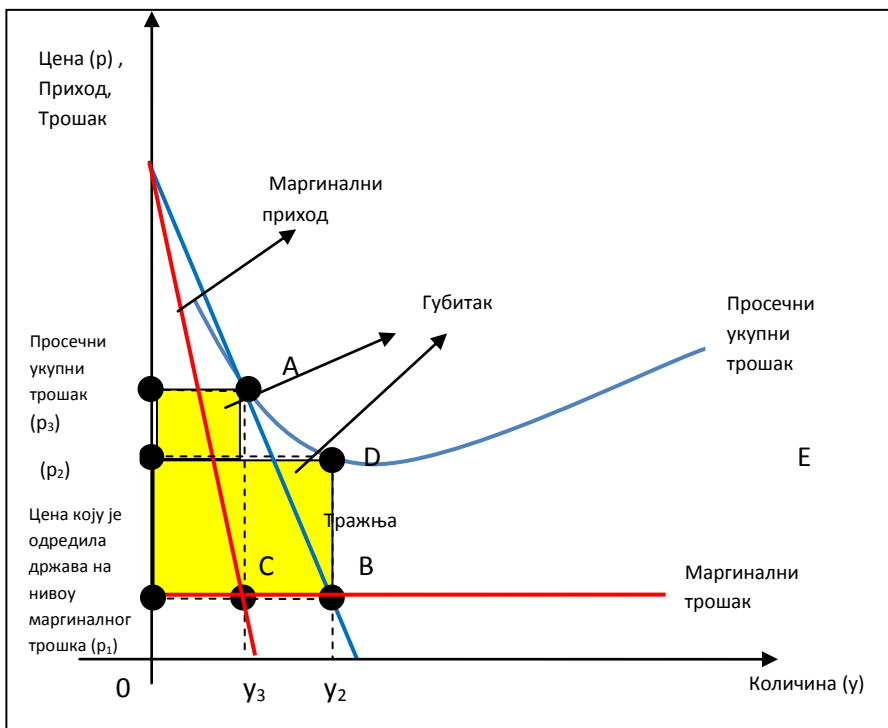
- Привредни субјекти који поседују редак ресурс имају обележја монопола јер на тај начин стичу компаративну предност у односу на остале привредне субјекте;
- Државни или законски (јавни) монополи где држава својим позитивним законским прописима (регулацијом) ствара монополе. и
- Природни монополи, су врста монопола која настају услед деловања економије обима, тј. када је ефикасније производња постојањем само једног произвођача (најчешће је реч о мрежама: водовод, нафтовод, далековод, пруга и сл.).

Све три групе монопола суочавају се са приходима који су опадајући како просечних прихода тако и када је реч о маргиналним приходима монопола.



Законски монопол и монопол ограничеих ресурса

Да би монополско предузеће могло остварити максимизирање профита просечни укупни трошкови, у тачки једнакости маргиналних величина (тачка Е на слици), мора бити на нижем нивоу (у тачки С као на слици). У конкретном случају максимизирање профита остварује се на оном обиму аутпута (y_{mon}) при којем се изједначавају маргинални трошкови и маргинални приходи. Да закључимо, уколико монополиста жели да максимизира свој профит он се мора придржавати два правила у вези цене и количине. **У вези количине максимизирање профита монополисте остварује се на оном обиму аутпута при којем се изједначавају маргинални приход и маргинални трошак. У вези цене максимизирање профита монополисте остварује се на оном нивоу цене који се за дати обим аутпута може максимално одредити, а то је монополска цена која се формира изнад тачке сечења маргиналних величина (тачка Е) на кривој тражње у тачки В.**



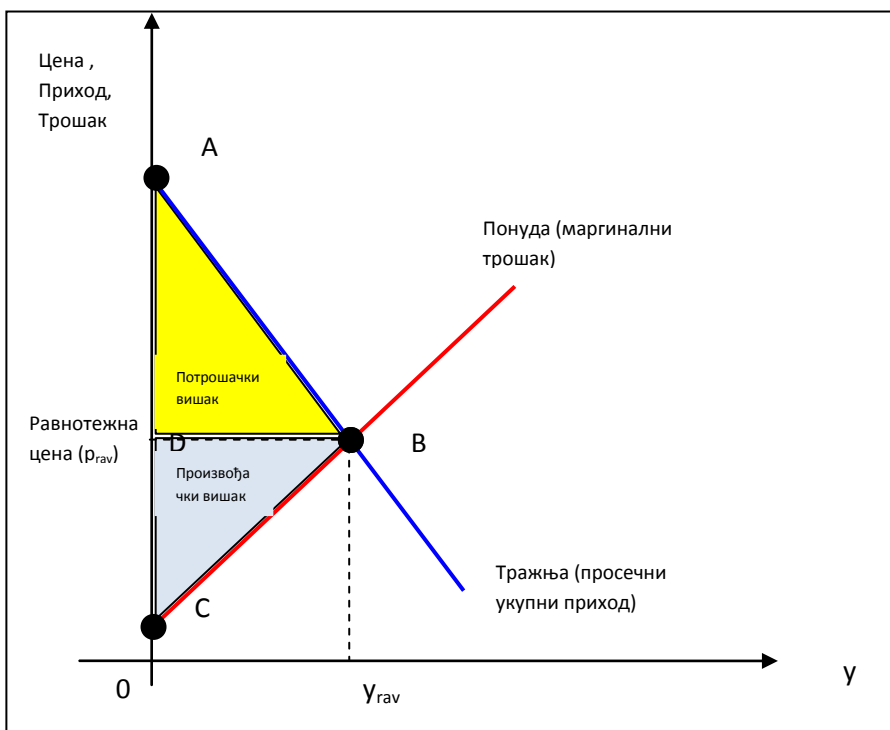
Природни монопол

За разлику од прве две врсте монопола природни монопол има другачију природу трошкова. Природни монопол има неколико карактеристика који утичу на његове трошкове. Имајући у виду да је реч о мрежним или неизбежним монополима и који као такав опслужује цело тржиште. Карактеристике природног монопола у погледу коришћења аутопута је постојање искључивости али не и ривалитета. Искључивост се остварује путем постојања цена ко од купаца не плати неће моћи ни користити аутопуте природног монопола. Ривалитет као карактеристика не постоји у условима природног монопола. Ова карактеристика састоји се од следеће чињенице да природни монопол (гасоводи, водоводи, нафтоводи, далеководи...) изграђују своју инфраструктуру која се гради са намером да снабдева купце на ниво целе државе или једног географског подручја. Из ових разлога просечни укупни трошкови се налазе на високом нивоу јер природни монопол мора изградити целокупну инфраструктуру за целокупно географско подручје. Имајући у виду овакву изграђену инфраструктуру заснивање претплатичног односа за новим купцем не захтева нове фиксне трошкове тако да су гранични трошкови за новог купца веома ниски и скоро константни. Из тих разлога (као на слици) сценарио може бити различити. У зависности колики су просечни укупни трошкови може се десити да се може остварити профит као код прве две врсте монопола, али може ити и губитак. На слици (природни монопол максимизирање профита је остваривање нултог економског профита (баш због положаја криве просечних укупних трошкова)).

Код природних монопола изузетно је важно утврдити агрегатну криву тражње за аутпутима природног монопола. На тај начин може се пројектовати и цена аутпута природног монопола која може бити таква да омогућава покривање трошкова и/или остваривање одређеног нивоа монополског профита. Уколико менаџмент не спроведи одговарајуће истраживање тражње својих аутпута као и цене коштања својих аутпута је сигуран пут у губитак и нестанак предузећа као природног монопола.

4.4.1. Утицај рада монопола на ниво друштвеног благостања друштва

Поставља се логично питање да ли рад моноплских предузећа позитивно или негативно делује на ниво друштвеног благостања односног друштва. Ниво благостања једног друштва у економском смислу може се израчунати на основу користи које купци и произвођачи имају од учествовања на тржишту. Израчунавање користи купаца и произвођача од учествовања на тржишту рачуна се на основу потрошачких вишкова и произвођачких вишкова. Потрошаки вишак је површина троугла (као на слици) која се формира испод криве тражње и изнад равнотежне цене. Произвођачки вишак је површина троугла (као на слици) која се формира изнад криве понуде и испод равнотежне цене.

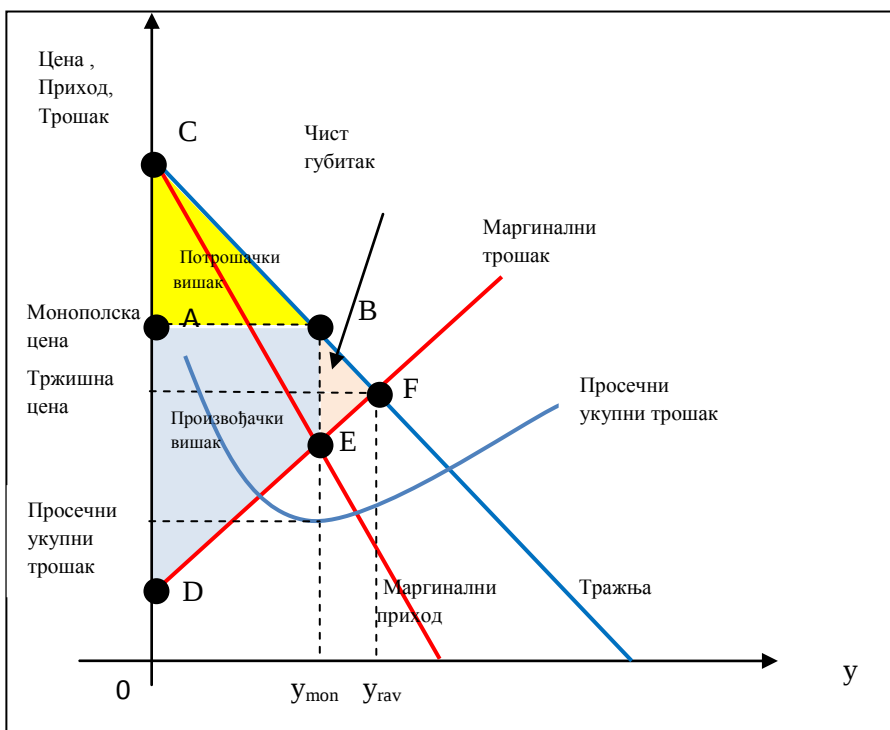


Конкретно, када потрошач поседује већу спремност да плати одређен аутпут y односу на висину тржишне цене тада потрошач има потрошачки вишак тј. корист од

учествовања на тржишту. Зашто? Зато што плаћа мање него што мора платити у облику тржишне цене, на овај начин потрошачи остварују корист при куповини аутпута (тј. учествовању на тржишту). На пример, уколико је потрошач спреман да плати 10 динара за производ, а његова тржишна цена је 6 динара потрошач у конкретном случају остварује корист од 4 динара јер је морао платити мање у односу на тржишну цену.

Када је реч о произвођачу, он остварује корист од учествовања на тржишту тако што је цена већа него што су његови трошкови производње аутпута. Код потрошача интерес се дефинише као корист, а код потрошача интерес се дефинише као профит произвођача. Они произвођачи који остварују ниже трошкове у односу на постојећу цену остварују највеће користи од учествовања на тржишту и то у облику профита.

Код монопола ситуација је слична само што је однос тј. величина потрошачких и произвођачких вишкова другачији. Наиме, у условима монопола величина вишкова за исто пословно окружење је мања за износ чистог губитка. Величина чистог губитка, као на слици, једнака је површине троугла оивичен тачкама BFE. Монополиста имајући у виду поседовање своје моћи (моћ црпи из снаге зато што је сам на тржишту) има већи произвођачки вишак у односу на потрошача и представљен је површином трапеза оивичен тачкама ABDE, а потрошачи вишак представљен је величином троугла оивичен следећим тачкама CBA. Имајући у виду да су мањи вишкови у условима монопола (CBDE) него у условима конкуренције (CFD) за износ чистог губитка, тако да износ чистог губитка представља губитак благостања који је представљен површином троугла са следећим тачкама BFE.



Када се говори о чистом губитку тј. губитку благостања услед постојања монопола можемо говорити о настанку својеврсне врсте штете и то:

- производња аупута у условима монопола (тачка C) је мања него што је производња аупута у условима конкуренције (тачка D) и
- цене аупута у условима монопола (тачка A) су веће него цене аупута у условима конкуренције (тачка B).

Што се тиче рационалности тј. ефикасности пословања монопола она се може кретати у два правца. У зависности у чијим „рукама“ се налази монопол да ли у власништву приватног послодавца или у власништу државе. Када је реч о приватном монополу тада проблем ефикасности монопола није упитан. Имајући у виду себичност монополисте он ће све урадити како би максимизира свој монополски профит тако да ће крива просечних укупних трошкова бити на најнижем могућем нивоу (уколико се апстрахује последица миопије пословања тј. деловање ентропије). Уколико је реч о приватном монополу коме држава одређује цену аупута може се појавити проблем у вези рационалности пословања тј. висине просечних укупних трошкова. У поменутим условима приватни монополиста може исценирати веће трошкове како би максимизира своју себичност тј. профит. Другим речима, лажно приказивање трошкова може монополисти омогућити увећање профита што у крајњем случају ће утицати на преваљивање трошкова на крајње купце тј. пореске обвезнике.

Када је реч о власништву државе над монополом по правило долази до већих просечних укупних трошкова у односу на просечне укупне трошкове приватног монопола. Разлог за веће трошкове државног у односу на приватни монопол јесте у непостојању појединачног власништва над имовином монопла тј. непостојање мотива у облику себичности. Џозеф Стиглиц систематизује следеће врсте недостатак у пословању државног монопола и они се огледају у индивидуалним и организационим разлозима (овим проблемима детаљније ћемо се бавити у делу о јавним предузећима).

4.4.2. Однос Владе према монополима

Однос Владе према монополским предузећима може ићи у два правца, и то:

- Од приватног монопола према државном монополу и
- Од државног монопола према приватном монополу.

На основу последица рада монопола на ниво друштвеног благостања закључили смо да постоје негативни ефекти како директни тако и индиректни на ниво животног стандарда одређене друштвене заједнице. На основу поменутог закључка неопходно је предузети одређене активности како би се негативни ефекти елиминисали ако не оно бар ублажили.

Имајући у виду предходни закључак да државе треба да однос Владе према монополским предузећима може ићи у два правца, и то:

- Подржављење приватног монопола;
- Приватизација државног монопола;
- Регулисање цене приватних монопола и
- Субвенције губитака монопола.

У првом случају држава може национализовати монополско предузеће. За овакву активност држава мора имати снагу да би то урадила. Моћ за овакве активности могу имати пре свега најразвијеније капиталистичке земље, док остале државе могу суочавати са бројним проблемима у вези национализације монопола у смислу санкција, корупције.... Национализација монопола се врши оног тренутка када се процени да је негативни утицај на ниво друштвеног благостања по основу приватног монопола у односу на негативан ефекат на ниво друштвеног благостања по основу нерационалности дружавног монопола. Активности државе у супротном правцу могу се радити када се процени да су негативни ефекти државног монопола по ниво животног стандарда већи од негативних ефеката приватног монопола.

Држава може регулисати цене приватног монопола, у конкретном случају јавља се проблем одређивања висине трошкова, а тиме и цене коју ће платити купци. Пошто је монополисите сам на тржишту и не постоје упоређујући подаци у погледу трошкова веома је тешко утврдити минималне рационалне трошкове. Формирањем арбитражног тела од стране државних функционера који ће проценити минимално могуће трошкове монопола је веома арбитарно и као такво подложно разним утицајима. Дакле, у зависности од

договора с једне стране државне комисије и менаџмента монопола зависи ће висина трошкова. Уколико држава преузме вођење приватног монопола веома је важно какве карактеристике ће имати менаџмент монопола. Суштина је у компетентности менаџмента и она се огледа у три елемента у знању, искуству и моралности појединца који воде предузеће. Другим речима, менаџмент мора предузети све оно што је неопходно како би се остварила максимизација добити, тј. минимизација трошкова. Уз претпоставку да је менаџмент компетентан постоје и бројна друга ограничења која утичу на ефикасност рада монопола, а то су индивидуална и организациона ограничења. Такође, политички ризик је веома изражен у вођењу државних монополских предузећа, тако да постоји веома велика вероватноћа да ће просечни укупни трошкови бити на вишем нивоу од минимално могућег нивоа.

Када говоримо о фискалном покривању губитака пословања природног монополисте залазимо у подручје јавних финансије. Наиме, држава мора водити рачуна о висини пореза које треба увести како би се покрио губитак природног монополисте. Када кажемо водити рачуна о висини пореза економисти говоре о оптималност опорезивања. Оптималност опорезивања односи се на ефикасност и правичност опорезивања. Наиме, ефикасност опорезивања односи се на минимизацију чистог губитка, и правичности у смислу ко користи монополски производ и политички аспект у смислу пореског оптерећења богатих и сиромашних. Дакле, паушално опорезивање није прихватљиво како из политичких разлога тако из разлога правичности. Други начин је примена Ремзијевих правила, конкретно колико пореско оптерећење треба да буде наметнуто оним корисницима који користе алтпате природног монополисте уз постојање минималног губитка обима производње због увођења пореза а тиме и смањења тражње.

Суочавање са поменутиим проблемима у тадашњој привреди и неопходности да се нешто мора предузети у односу на тадашња поимања принципа функционисања привреде уочио је и сам Џон Мајнард Кејнс (1883-1946)"... Док би се, према томе, проширења функција владе која собом доноси задатак усклађивања склоности ка потрошњи с подстреком за инвестирање чинили публицисти деветнаестог века или савременом америчком финансијеру као страховита повреда индивидуализма - ја га, напротив, браним и као једино могуће средство да се избегне уништење постојећих привредних облика у њиховој целини и као услов успешног деловања иницијативе појединаца.³⁴ Тако да је услед појаве монопола и ограничене конкуренције, дошло до трансформације пословног окружења од економског либерализма до државног интервенционизма и појаве државног капитализма тј. до појаве и развоја државних/јавних предузећа.

³⁴ John Maynard Keynes, 1936. The General Theory of Employment, Interest and Money, преведено је код нас као Општа теорија запослености, камате и новца, "Култура", 1956.

5.ЈАВНА ПРЕДУЗЕЋА

Јавна предузећа³¹ представљају посебан сегмент привредних субјеката који се формира у инфраструктурним делатностима која чине основу функционисања сваке привреде и она као таква остварује делатност од општег интереса и стратешког значаја за државу. Зато их оснива држава и под њеном су потпуном ингеренцијом. Производња и пружање услуга јавних предузећа спадају у есенцијалне захтеве пјединаца али и друштва, тако да је из тих разлога велики значај ових предузећа, имајући у виду да је реч о предузећима који располажу са огромним ресурсима темељи се и други разлог због чега ова предузећа имају велику моћ. Поред моћи које имају, због поменути две чињенице јавна предузећа, не без разлога имају одредницу „јавно“ која објашњава дубљи смисао њиховог постојања, а она се огледа у дужности/обавези коју врше, тј. на задовољавању јавне, друштвене потребе.

Сва јавна предузећа у Републици Србији чине 0,7% привредних друштава, у њима ради 166.337 радника или 16,2% од укупног броја запослених, располажу са 30% вредности укупног капитала и остварују 10,1% укупног прихода српске привреде³². Учешће пословног прихода и броја запослених у јавним предузећима, у првих 10 највећих фирми у 2012. години, износи 38% тј. 56%³³. Јавна предузећа доминирају у телекомуникацијама, саобраћају, енергетици, водопривреди, комуналним делатностима и сл. На тај начин она кроз своје аутпуте утичу на целокупна привредна кретања³⁴. Такође, јавна предузећа задовољавају многе потребе становништва, тако да њихово функционисање или њихова трансформација превазилазе чисто економски значај једног друштва. Реч је о огромном богатству једне државе које су стварале генерације и у складу с поменутим чињеницама њихова реформа мора бити пажљиво избалансирана.

5.1.Карактеристике корпоративног управљања јавним предузећима у Републици Србији

Обухватајући 500 највећих предузећа по приходу у Републици Србији за 2011. и 2012. годину, могу видети обележја предузећа која су у већинском власништву државе³⁵:

³¹ Локић З., (2014.), Докторски рад „Управљање перформанса јавних предузећа у условима дерегулације пословног окружења“, Економски факултет у Нишу, стр.9.

³² Привредна комора Србије, „Предлог нове економске политике за период 2012-2016. Године“, Београд, јун 2012., стр. 27.

³³ ТОП 500, Београд, 2013.

³⁴ Аутпути јавних предузећа су инпути свим привредним субјектима једне привреде.

³⁵ ТОП 500, година I, бр.1., НИН, Београд, 2013, стр.19.

1. Иако чине 10% од укупног броја предузећа, предузећа у државном власништву инвестирају око 30% укупних привредних улагања у Републици Србији. На основу поменутог, државна предузећа представљају велики инвестиционални потенцијал, али имају велику неефикасност која се огледа у великим губицима (Железнице, ЕПС-а, Пuteва Србије, Србије гаса и других државних предузећа). Обим и профитна стопа су испод потенцијално могућег нивоа у предузећима као што су Електромрежа, Пошта, Телеком и друга. Државна предузећа запошљавају преко 40% радника у односу на укупан број запослених у посматраних 500 предузећа. Ефикасност у погледу продуктивности радника у државним предузећима је три пута мања у односу на приватна, у новцу је тај однос 43.000 евра у државном сектору наспрам 135.000 евра у приватном сектору предузећа.

2. Државна предузећа остварују 20% укупних прихода у односу на посматрани број предузећа. Укупни приходи у 2012. у односу на 2011. годину повећани су за 2,6% (укупно 807 милијарди динара или 7,1 милијарди евра), а расходи су повећани за 4,2%, па је EBITDA смањена за 11%;

3. Државна предузећа имају 30% укупног дуга привреде (у односу на листу 500 највећих предузећа по приходу). Државна предузећа су у 2012. години остварила губитак од 79 милијарди динара или 700 милиона евра. Највеће учешће у оствареном губитку државних предузећа у 2012. години има Јавно предузеће „Србија гас“ са 330 милиона евра, Јавно предузеће „Електропривреда Србије“ са 104 милиона евра, „Железнице Србије“ а.д., са 147 милиона евра и Јавно предузеће „Путеви Србије“ са 70 милиона евра.

4. Укупан нето дуг јавних предузећа порастао је за 17%, на око 500 милијарди динара (4,4 милијарде евра). Највећи допринос расту дуга допринело је задужење Јавно предузеће „Електропривреда Србије“ са 12.601.866.000 динар, Јавно предузеће „Србија гас“ са 21.807.983.000 динара, и Телекома а. д. за 28.615.495.000 динара.

О карактеристикама корпоративног управљања у јавним предузећима у Републици Србији на основу горе поменутог може се закључити следеће:

- резултати пословања су неефикасни или недовољно ефикасни у односу на расположиве ресурсе јавних предузећа;
- рад јавних предузећа је веома често политизован и не постоји професионални менаџмент који је друштвено одговоран;
- постоји недостатак експертског знања код управљања јавним предузећима, што доводи до нестручности у погледу:
 - доношења програма рада јавних предузећа,
 - утврђивања мисије, визије и стратешких циљева јавних предузећа,

- праћења, контролисања, анализе и активности везаних за перформансе пословања јавних предузећа,
 - вођења ценовне политика аутпута јавног сектора и
 - примене економских законитости у свакодневном пословању јавних предузећа
- средства јавних предузећа у билансима стања су високо амортизована,
 - јавна инфраструктура је недовољно развијена,
 - недовољна је инвестициона активност, повезана са неефикасношћу инвестиција,
 - присутно је константно повећавање задужености јавних предузећа,
 - кумулирани губици из претходних година имају константан тренд раста.

На основу претходних чињеница постоји недвосмислен закључак да јавни сектор у Републици Србије има озбиљне проблеме у ефикасности пословања те с тога је неопходно започети са реформским процесом како се не би десило да се јавна предузећа уруше сама од себе, а тиме би довела у питање функционисање целокупне привреде као и животни стандард становништва. Дакле, поменуте чињенице указују на закљупак да су реформе јавног сектора преко потребне јер постоји опасност да се проблеми са којима се сусрећу јавна предузећа и сама Влада могу превазићи њихове могућности. У таквим околностима реформе у јавном сектору могу бити условљене интересима ван Републике Србије, што ће неминовно имати за последицу смањење нивоа благостања националне државе.³⁶

5.2.Фактори неефикасности функционисања јавног сектора

Остваривање одређеног ниво друштвеног богатства (тј. јавног/општег интереса) у режији државних, јавних тела веома се често завршава неуспехом услед неефикасности пословања јавних предузећа. по Joseph E. Stiglitz, сви узроци неефикасности пословања јавних предузећа могу се поделити у две групе³⁷ и то:

1. организациони разлози и
2. индивидуални разлози.

³⁶ Јокић З., (2014.), Докторски рад „Управљање перформанса јавних предузећа у условима дерегулације пословног окружења“, Економски факултет у Нишу, стр. 95 - 96.

³⁷ Stiglitz J. E., (2004.), „Ekonomija javnog sektora,“ Ekonomski fakultet ,Beograd, стр. 202-207.

5.2.1. Организациони разлози неефикасности јавних предузећа

У организационе разлоге неефикасности јавног сектора убрајају се следеће врсте пословних ограничења, и то:

- *меко буџетско ограничење,*
- *непостојање конкуренције,*
- *политичка ограничења и*
- *буџетска ограничења.*

Меко буџетско ограничење јавних предузећа подразумева „право“ јавних предузећа да путем субвенција покрива своје губитка и на тај начин врши њихову социјализацију, такође, постојањ чињенице да јавна предузећа не могу банкротирати и отићи у стечај и све су то фактори који могу утицати на повећавање неефикасности у раду јавног предузећа. Меко буџетско ограничење је на неки начин озакоњено и то у *Закону о јавној својини*, где се у члану 16. говори да јавна природна богатства, добра у општој употреби, мреже у јавној својини, водно земљиште и водни објекти у јавној својини, заштићена природна добра у јавној својини и културна добра у јавној својини не могу бити предмет принудног извршења.

Непостојање конкуренције и тиме непостојање правих информација како на страни јавних предузећа тако и на страни корисника аутопута јавног предузећа је важан фактор неефикасности пословања јавних предузећа. Другим речима не постојањем конкуренције не остварује се равнотежно тржишно стање заједно са постојањем равнотежне цене и равнотежне количине.

Политичка ограничења су такође фактор неефикасности пословања, који се огледа у руковођењу јавног предузећа од стране одређених политичара, а не од стране компетентних менаџера.

Буџетска ограничења као фактор неефикасности односе се на примену Закона о јавним набавкама. Доношењем Закона о јавним набавкама жели се спречити корупција, међутим поред добрих страна закона он има и своје мане. Мане се односе на смањење оперативности јавних предузећа због поштовања Закона о јавним набавкама.

5.2.2. Индивидуални разлози неефикасности јавних предузећа³⁸

У индивидуалне разлоге неефикасности јавног сектора убрајају се следеће врсте пословних ограничења, и то:

- кадровска ограничења и
- бирократска ограничења.

Кадровска ограничења се односе на проблем запошљавања, отпуштања и непостојања адекватног компензационог система у погледу зарада у јавном предузећу. У јавном предузећу је присутан систем ураниловке, сви имају исте плате, суштина личних примања је везана за радно место тј. коефицијент радног места, а не колики је допринос пословном успеху јавног предузећа. Ако се пође од претпоставке о себичности људи, на овај начин се елиминише мотивација запослених на повећање продуктивности, ако се овом обележју дода и друго о немогућности банкротирања добијамо увид у величину проблема звану кадровско ограничење.

Бирократско ограничење своди на чињеницу да бирократе настоје увећати своје бирократско тело и на тај начин повећати своју моћ у одбрани властитих интереса. Између поменутих политичара и бирократа постоје заједничко обележје, а оно се састоји у чињеници да они не желе преузети ризике јер на тај начин угрожавају своју лагодну позицију. Бирократе се баве очувањем своје тренутне позиције (постојећег стања), тако да нису заинтересовани за било какве промене које би их угрозиле, на овај начин бирократа је особа која нема мотив за промене, промене су везане за креативност, вођство и просперитет, тако да можемо закључити да са бирократама нема просперитета

Због поменутих ограничења читаво друштво трпи штету због одсутности егзактног власничког мотива у јавним предузећима, с друге стране Влада требада израчуна и величину потенцијалног губитка друштвеног благостања који ће се остварити приватизацијом јавних предузећа. На основу поменутих резултата држава треба да донесе одлуку коме ће поверити бригу за јавни/друштвени интерес.

³⁸ Јокић З., (2014.), Докторски рад „Управљање перформанса јавних предузећа у условима дерегулације пословног окружења“, Економски факултет у Нишу, стр. 44 - 48.

5.3. Елементи реструктурирања и приватизације јавних предузећа у Републици Србији³⁹

Укупан процес реформи јавног сектора састоји се од две врсте промена и то реструктурирања и дерегулације.⁴⁰ Процес корпоратизације и приватизације јавних предузећа су активности које се често означавају појмом – реструктурирање или реформом схваћеном у ужем смислу. Реформом у ширем смислу сматра се дерегулација институционалног оквира рада јавног сектора. Овако схваћен процес дерегулације обухвата активности у погледу либерализације и хармонизације, тј. укидање и/или промена старих регула и увођење нових регула у пословање јавног сектора. Свеукупна реформа рада јавног сектора суштински се односи на четири врсте промена у раду јавних предузећа, и то:

- корпоратизацију са комерцијализацијом пословања јавног сектора,
- хармонизацију националних регулатива са европским,
- либерализацију тржишта јавног сектора и
- приватизацију и друге власничке трансформације у јавном сектору.

5.4. Потреба за реформом у управљању јавним предузећима у Републици Србији⁴¹

На основу поменутих пословних резултата јавних предузећа следи закључак да су реформе преко потребне. У зависности од значаја јавних предузећа за читаво друштво, реформе јавних предузећа могу ићи у правцу корпоратизације и/или приватизације јавних предузећа. Да би процес реформе био успешан мора се утврдити одговарајући сценарио по коме ће се оне спроводити. Делови сценарија могу бити приказани у следећим активностима, као што су:⁴²

1. упознавање са проблемима,
2. договор Влада/јавни сектор,

³⁹ Исто, 88-92.

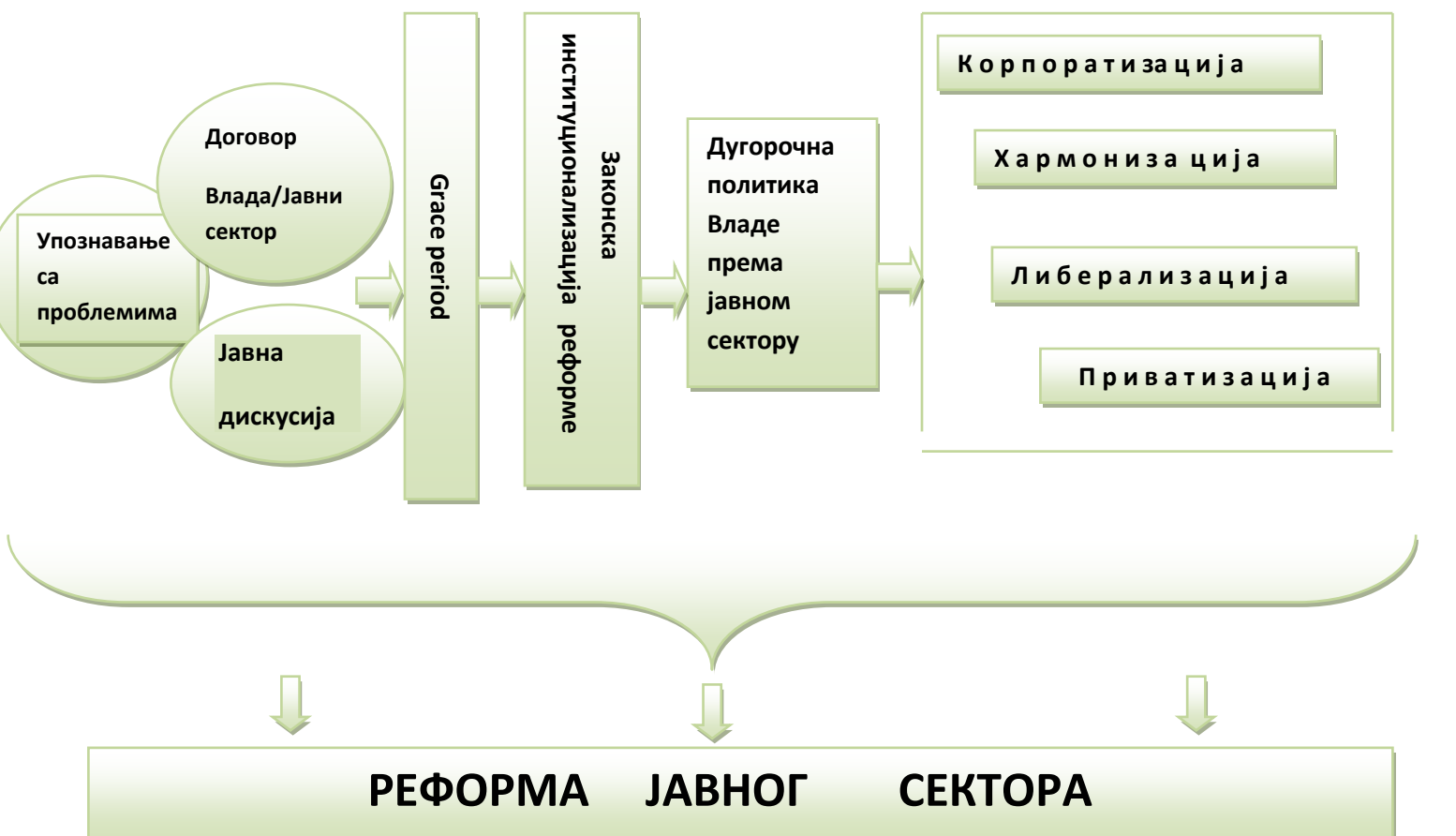
⁴⁰ Прилагођено према: Јокић З., (2007.), „Магистарска теза-Реформа Поште Србије у условима дерегулације поштанског саобраћаја“, Економски факултет, Београд, стр. 62-72.

⁴¹ Јокић З., (2014.), Докторски рад „Управљање перформансма јавних предузећа у условима дерегулације пословног окружења“, Економски факултет у Нишу, стр. 82 - 88.

⁴² Вукотић М., (1995.), „Савремена пошта“, број 1, ЈП ПТТ саобраћаја „Србија“, Београд, стр.18.

3. јавна дискусија,
4. *grace* период,
5. законска институционализација реформи,
6. дугорочна политика Владе према јавном сектору,
7. корпоратизација,
8. хармонизација,
9. либерализација и
10. приватизација.

Шематски, сценарио реформи јавног сектора изгледа овако:



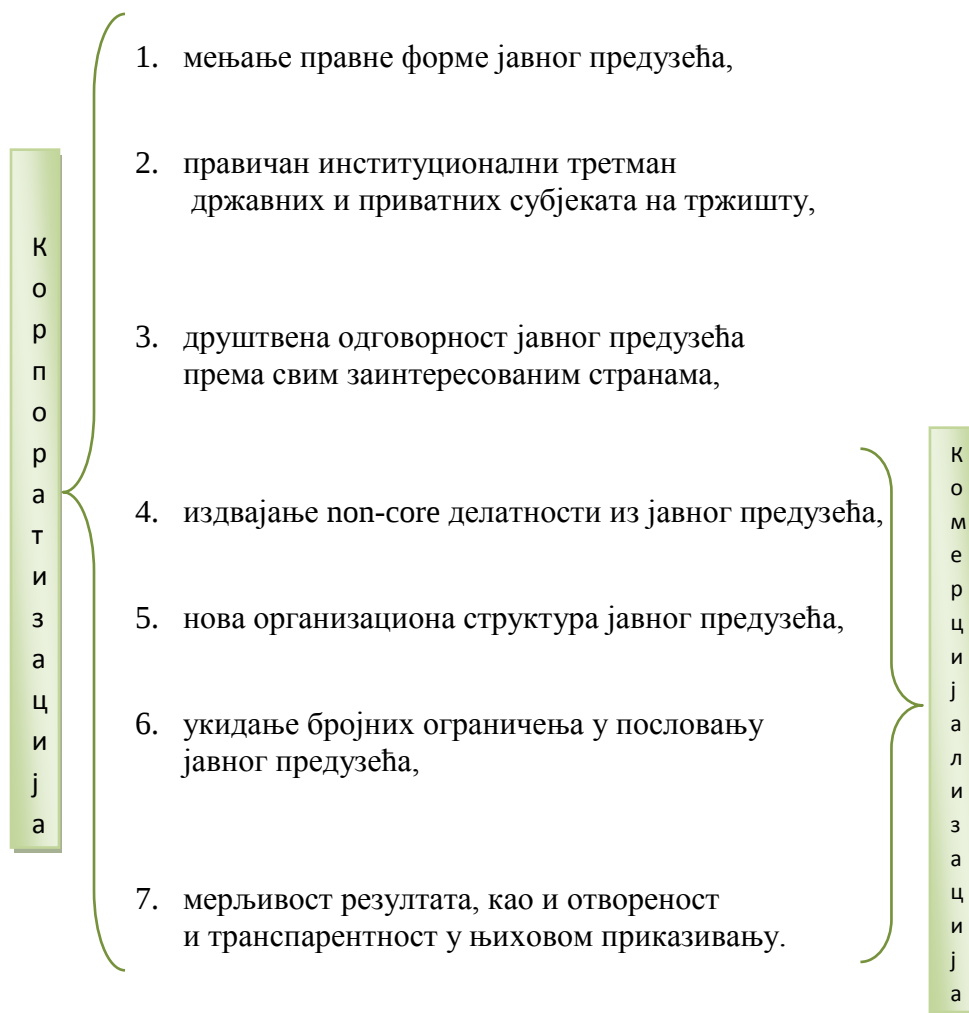
5.5. Фазе корпоратизације јавних предузећа⁴³

Због лоших пословних резултата јавних предузећа створила се једна општа инпресија да их треба што пре продати. Сама продаје и приватизација јавног предузећа нису увек добро решење, врло често и приватне компаније не послују добро иду у стечај и ликвидацију тако да приватизација на значи *a priori* решавање свих пороблема. Из тих разлога многе земље су експериментисале са разним облицима организације које су представљале некаву средину између класичних јавних предузећа и приватних компанија. На овај начин настојало се остварити синергијски ефекат свих позитивних особина приватних и јавних компанија (ефикасност пословања и вођење рачуна о јавном интересу), ако овоме додамо инфорамацију да све државне компаније не остварују само лоше резултате, а да приватне компаније остварује и губитке онда постоји довољно чињеница које иду у прилог размнишљању да ли постоји алтернатива или постоји само један излаз, а то је приватизације.

Корпоратизација јавних предузећа је процес схваћен као повећање степена слободе/аутономије јавног предузећа у односу на државу, ову активност једино држава може успешно спровести. Непостојање мотивисаности за корпоратизацију у јавном предузећу можемо тражити у сигурности запослених било због њихове монополске позиције или због субвенционисања губитака свог пословања, те из тих разлога не постоји заинтересованост да се било шта мења. У суштини корпоратизација је процес који треба да подигне ефикасност пословања јавног предузећа и по природи ствари треба да предходи приватизацији као покушају провере да ли јавно прдузеће може подићи ефикасност и ефективност свог пословања уз одсуство експлицитног валсничког мотива. Сама корпоратизација јавног предузећа је процес који се одвија кроз неколико фаза и то⁴⁴:

⁴³ Јокић З., (2014.), Докторски рад „Управљање перформанса јавних предузећа у условима дерегулације пословног окружења“, Економски факултет у Нишу, стр. 31 - 38.

⁴⁴ Прилагођено према: Stiglitz J. E., (2004.), „Ekonomija javnog sektora“, Ekonomski fakultet, Beograd, str. 208-210.; Вукотић М., (1995.), „Савремена пошта“, број 1, ЈП ПТТ саобраћаја „Србија“ Београд, стр. 18.; Ракић Б., (2007), „Реструктурирање јавних предузећа у власништву Републике Србије“, Економски факултет, Ниш, стр. 163-173.



Мењање правне форме јавног предузећа. Корпоратизација пословања јавног предузећа у смислу мењања правне форме и то у смислу њихове трансформације у стандардна друштва капитала неопходно је због стварања услова за учествовања на тржиштима капитала

Стварање услова за *једнакост правних и државних субјеката на тржишту* је друга фаза корпоратизације јавног предузећа. Да би се корпоратизација остварила суштински (подигла ефикасност), потребно је да јавна предузећа не буду протежирана од стране државе по разним основама што за последицу има неравноправност субјеката на тржишту. Укидање заштите за јавна предузећа требало би да се односи на укидање непотребних субвенција, укидање привилегованог положаја јавног предузећа код финансијских институција (на пример у погледу добијања гаранција од стране државе), укидање судског протекционизма јавног предузећа у случајевима покретања различитих судских поступака (пре свега процеса стечаја), елиминисање могућности за уједињавање регулаторне и власничке функције у оквиру јавног предузећа и сл.

Развијање добрих односа са бројним заинтересованим странама јавног предузећа је од изузетне важности за успешно пословање јавног предузећа. У складу с тим државна предузећа морају имати *друштвену одговорност* према сви својим стејкхолдерима, усвајањем етичких кодекса пословног понашања који морају бити засновани на домаћим нормама али и у складу са међународним обавезама.

Корпоратизација обухвата и постоупак *издвајања низа споредних (non-core)* делатности из састава основне компаније. Поступак издвајање споредних делтности из састава јавног предузећа мора проћи оцену оправданости. Оправдано је издвајање споредних делатности из састава јавног предузећа само онда када је цена аутпута, ћерки фирми јавног предузећа, виша од истих или сличних аутпута конкурената.

Нова организациона структура јавних предузећа треба да има за циљ већу самосталност организационих делова у смисл у повећања слободе и одговорности при доношењу пословних одлука на тржишту добара, финансијском тржишту, тржишту радне снаге и сл., а све у циљу максимизирања својих пословних циљева.

Укидањем бројних ограничења у пословању јавног предузећа везани су за укидање како индивидуалних тако и организационих ограничења пословања јавног предузећа.

Задњу фазу у процесу корпоратизације можемо означити као стварање услова за мерљивост пословних резултата јавног предузећа. Потребно је управљати перформансама сваког дела јавног предузећа, како би се видео какав је и колики појединачни допринос сваке организационе јединице јавног предузећа (матичних, зависних друштва, холдинг компаније као и њихових саставних делова) Менаџери који су одговорни за постизање резултата државних предузећа морају бити независни у свом свакодневном раду од стране државних/политичких структура. Суштински принцип стручности доминантно утиче на квалитет и квантитет перформанси јавног предузећа и захтева независно пословно окружење менаџера у односу на политичке захтеве државних структура које су у супротности са економским законитостима.

6. ФИСКАЛНИ СИСТЕМ

Дакле, постојање државе као чињенице је неоспорно, оно у чему је дилема код разних теоретичара је величина државе. Дакле интереси које обезбеђује држава су веома различити и они се крећу од појединачних, групних или интереса целокупног друштва. Можемо закључити да држава као инситутција мора обезбедити да користи од њеног постојања и користи морају бити барем изједначени ако не и већи. У зависности од идеолошких ставова о функцији државе могу постојати у основи два гледишта када је реч о пословном окружењу тј. економским активностима државе, и то: органско и механицистичко. Органско гледиште о држави примат даје остваривању интереса групе у односу на интересе појединаца и обратно механицистичко гледиште о држави сматра да је држава треба да стави акценат на интересима појединаца а не на групним интересима. И једно и друго гледиште сматра да је принцип слободе изузетно важан. У складу с тим економско мешање државе оправдава са органског гледишта следећим примером „уколико се сиромасу обезбеди слобода да зарађује и да троши свој доходак, та слобода је веома ограничена (имајући у виду количину новца коју има тј. нема сиромас).“ Маницистичко гледиште тј. обезбеђењем економске слободе за сваког појединца омогућиће да најефикаснији остваре своје мотиве што ће позитивно утицати на општи ниво благостања читавог друштва. Дакле, потребно је како мешање државе у привредне токове тако и ограничење тј. спознаја до ког нивоа мешање државе је корисно, а преко ког нивоа је штетно. Узимање у обзир предности и једног и другог гледишта држава тј. Влада односног друштва треба да буде усмерена ка таквом концепту који ће обезбедити складно надопуњавање оба принципа ефикасности и правичности. Придржавајући се концепта ефикасности и праведности разлог за мешање државе у пословно окружење заснива се на следећим разлозима:

- јавних добра,
- екстерналија,
- асиметричних иноформација,
- моралног хазарда,
- монопола,
- стабилизационе функције,
- очување слободне конкуренције,
- пензијског осигурања,
- здравственог осигурања,
- образовање, културе и сл.

6.1. Јавна добра

Још је Мазгрејев (Musgrave) 1959. године развио идеју да постоје одређена добра/аутпути за којима постоји потреба друштва и појединаца. Шта су јавна добра? Обалоутврде, светионици, јавни тв сервис, војска, полиција, ватромет и сл. су јавна добра. Дакле, јавна добра служе на општу корист читавог друштва или великог дела друштва. Поред великог значаја јавних добара они имају један озбиљан недостатак. Приватна иницијатива није заинтересована за њихову производњу, напосто нису популарни код приватног бизниса. Зашто? Разлог можемо пронаћи у поменутих обележјима јавних добара, конкретно јавна добра не поседују конкурентност/ривалност као ни и искључивост. Обалоутврда као јавно добро као што смо рекли нема обележје конкурентности тј. ривалности. Шта то значи? Конкурентност значи да не опостоји конкуренција у погледу тражње тј. потрошње за односи аутпут, куповина одређеног аутпута од стране једног купца онемогућује другог купца да то исто добро купи (пошто је већ купљено). Ривалност се може објаснити на још један начин, коришћење новог граничног купца не утиче на повећање граничног трошка односног аутпута као јавног добра. На пример, уколико се роди нови становник у граду који поседују обалоутврду и он ће бити заштићен тј. и новорођени становник уживаће заштиту од поплава која нећа имати додатне трошкове. Друго обележје јавних добара односи се на искључивост. Код приватних добара путем цена се врши искључивање одређеног броја купаца, тога код јавних добара не функционише. Наиме, јавно добро је такво да је доступно свима без обзира да ли су платили за њега или не, тј. постоји могућност злоупотребе његовог коришћења. Злоупотреба његовог коришћења (јавног добра) огледа се у томе да га појединци корисници могу користити а да не морају платити, због тих разлога потребна је интервенција државе путем фискалне политике.

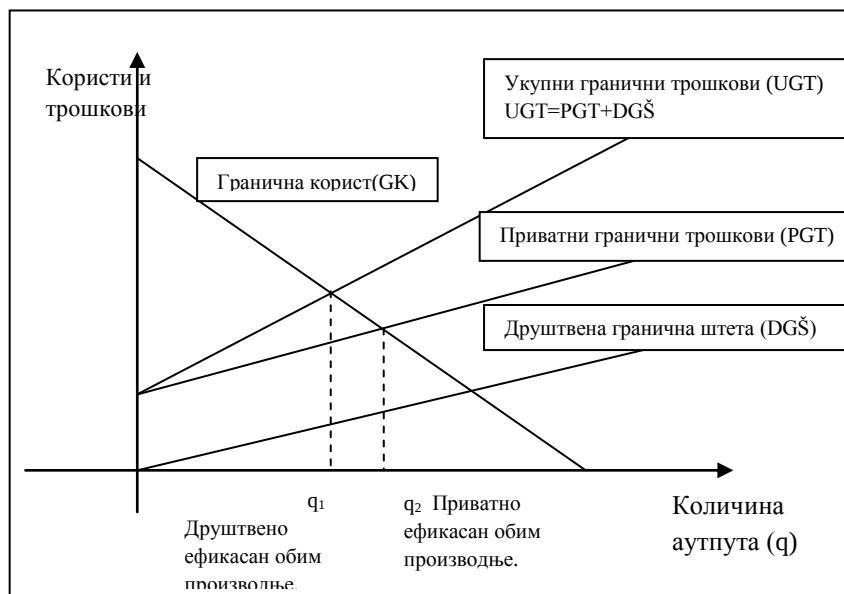
Дакле, држава дакле за разлику од приватних послодаваца мора бринути о бројним животним аспектима појединаца и читавог друштва и она мора водити рачуна о друштвеном благостању друштва. Такође, држава једина има снагу, а тиме и моћ да прикупи потребна средства (путем фискалне политике) за обезбеђење јавних добара. Због поменутих чињеница држава је једина институција у друштву која може успешно одиграти наведене улоге.

6.2. Екстерни ефекти

Екстерни ефекти су још један разлог због чега треба да постоји мешање државе у пословно окружење одређеног друштва. Harvey S. Rosen и Ted Gayer дефинишу екстерне ефекте као „активност једног лица (физичког или правног) која утиче на благостање другог лица и то мимо тржишних механизма (тржишних цена), тако да ту активност

називамо екстерним ефектом“. Да би што боље схватили поменућу дефиницију покушаћемо да објаснимо на конкретном примеру екстерне ефекте. Екстерни ефекти могу бити позитивни и негативни, аналогно томе држава својим активностима треба да ограничава тј. смањује појаву негативних екстерних ефеката а такође својим активностима треба да подстиче позитивне екстерне ефекте. Највећи део теоријске расправе о екстерним ефектима односи се на негативне екстерне ефекте. Уколико узмемо за пример ваздух, реку, земљиште као заједнички ресурс он ће се користити од стране људи тако да људи неће обраћати пажњу на трошкове употребе односно ресурса. Дакле, веома је велика вероватноћа да ће човек уништити односно ресурс јер ће га користити све док његова корист износити нула (тј. неће имати користи). Дакле, држава као одговорна институција која брине о општем нивоу друштвеног благостања мора водити рачуна о опшtedруштвеним трошковима. Та брига мора бити таква да путем одређених мера мора натерати произвођаче негативних екстерналија да их смањи ако не елиминише или да за начињене опшtedруштвену штету морају да плате износ у висини причињене штете. Када приватни послодавац буде свестан да мора надокнадити поред приватних и опшtedруштвену штету тада ће он смањити обим производње тј. обим производње ће бити на друштвено ефикасном нивоу. Једно држава путем фискалном система може имати такву моћ да опорезује такве прозвођаче и да их натера да плате штету коју су причинили, као и свест и савест да треба да расе стара о благостању једног друштва (одговорна држава).

Успешно решавање негативних екстерналија можемо и графички показати на конкретном примеру:



Слика 8.1.: Негативни екстерни ефекти

У условима као на слици када не би било активности државе приватни послодавци би раучанли само своје приватне граничне трошкове (PGT). У таквим условима рационални

приватни послодавци ће престати да производе у условима једнакости приватних граничних трошкова (PGT) и граничне користи (GK) тј. на обиму производње означеног са q_2 . Уколико држава има свест, савест и снагу да оне трошкове који су их и изазвали натера да плати тада ће рационални приватни послодавци ће престати да производе у условима једнакости укупних граничних трошкова (UGT) и граничне користи (GK) тј. на обиму производње означеног са q_1 .

У случају позитивних екстерних ефеката ситуација је обрнута у погледу активности државних органа. Државни органи као и у случају негативних екстерналија морају деловати како би повећали ниво животног стандарда односног друштва, само активности државе су усмерене у другом правцу. Наиме активности државе у овом случају требају да поспеше оне активности које доприносе повећању нивоа друштвеног благостања у друштву. Конкретан пример, позитивне екстерналије јесте улагање државе у образовање, науку, научно истраживачке центре. Улагањем у поменуте институције држава ће обезбедити да приватне граничне користи (PGK) су таквог карактера да утичу на повећање граничних друштвених користи (GDK) што све заједно има за последицу повећање граничне користи (GK) као збирне величине приватне граничне користи и граничне друштвене користи.

6.3 Асиметричне информације и морални хазард

Образовање, здравствено и пензијско осигурање су веома важне друштвене области о којима се брине држава. Основно и средње образовање иако је приватно добро у највећој мери је у надлежности државе. Разлог за овакву чињеницу по Harvey S. Rosen i Ted Gayer лежи у неколико разлога, и то:

- „Услед развоја структуре личности човека;
- Примене принципа егалитаризма;
- Елиминисање моралног хазарда;
- Остваривања позитивних екстерналија".

Држава је заинтересована да опстане и да се развија у једном дужем временском периоду. Један од предуслова је и развијање осећања припадности једној нацији. Образовни систем је један добар начин да се ово оствари и да се систем вредности који је карактеристичан за једно друштво успешно пренесе и на најмлађи нараштај. Разлог је да појединци баштинећи поменути систем вредности бране уколико он буде доведен у питање. На овај начин држава ће опстати и развијати се у дужем временском периоду.

Имајући у виду да највећи број чланова друштва није материјално богат, Држава, мора финансирати образовање читаве поуплатије и стварати окупљање једнаких шанси. Не треба дозволити да људи који имају мањак новца имају и мање образовања. Поред

поменутог развоја моралног члана друштва, ако не и етичног, давање шансе сиромашнима да се образују ствармо и могућност да се многи интелектуални потенцијали развијају, јер због великог броја сиромашних у односу на богате логичан је закључак да је пуно већи интелектуални потенцијал код сиромашних слојева становништва него код богатих. Ово је још једна разлог зашто се држава мора старати о образовању.

Мешање државе у систем здравствене заштите објашњавају се следећим разлозима, и то:

- Елиминисање моралног хазарда,
- Елиминисање асиметричних инфорација,
- Остваривање принципа егалитаризма,
- Остваривање позитивних екстерналија.

Систем здравствен заштите је веома важан јер пружа могућност да људи могу у условима ризика отклонити поменути ризик. Врло често људи сматрају да одређени ризици се неће остварити баш њима и из тих разлога се не желе осигурати услед дејства моралног хазарда. Морални хазард можемо дефинисати као недговорно/деформисано понашање појединца или групе које има за последицу смњења сопственог или туђег нивоа благостања. Из тих разлога држава уводи обавезно здравство осигурање за сва лица једног друштва.

Елиминисање асиметричних инфомрација у једном друштву је такође веома битно имајући у виду да оне могу допринети смањењу друштвеног благостања тог истог друштва. Асиметричне информације можемо дефинисати као различиту количину и квалитет информација које поседују различите стране тако да она страна која је у подређеном положају може донети такву пословну одлуку која ће негативно утицати на сопствени ниво благостања подређене стране. Да би тржиште здравственог или пензијског осигурања могло успешно да се развија потребно је да осигуравачи поседују адекватне информације које ће допринети развоју тог истог тржишта, а не његовом урушавању. На овај начин држава настоји да уреди тако систем да су осигураници у обавезе да достављају све потребне информације осигуравачима на основу којих ће добити адекватну премију осигурања. С друге стране осигураници ће куповати осигурање уколико плаћају актуарску правичну премију. Актуарска правична премија представља *„тачно онолико новца колико је потребно да се покрије очекивана вредност губитка осигураника у случају настанка осигураног случаја“*.

Принцип егалитаризма, када је у питању здравствена заштита, односи се на стварање подједнаких шанси за све. Ово је могуће остварити на основу принципа солидарности и обавезности у погледу здравствене заштите. Принцип једнакости се може објаснити на основу развоја животног стандарда у погледу здравствене заштите људи током њиховог филогенетског развоја, као и на развоју принципа етичности. Принцип

етичности се заснива на питању да ли људи који немају довољно новца не заслужују да буду лечени, већ да буду препуштени сами себи уз велику вероватноћу остваривања негативних здравствених последица, да ли то треба дозволити, да ли су људи искључиви кривци зато што су сиромашни и не могу себи приуштити здравствену заштиту. Ово питање добија још више на значају када се у центар пажње поставе деца, стари и немоћни.

Здрав човек је позитивна екстерналија, здрав човек није извор здравственог ризика по околину, здрав човек ради продуктивније од болесног, здрав члан породице позитивно утиче на породичну атмосферу и сл. Поменули смо да држава треба да субвенционише рад свих оних активности које за последицу имају позитивне екстерналије па из тих разлога држава треба да интервенише у здравствено осигурање.

Мешање државе у пензијско осигурање такође се објашњава са неколико разлога и то:

- Због асиметричних информација;
- Због моралног хазарда;
- Због принципа патернализима;
- Због принципа правичности.

Држава треба да делује и у правцу остваривања принципа правичности (поред принципа ефикасности). Принцип правичности заснива се на прерасподели доходака од богатих ка сиромашнима, другим речима на активностима социјалне функције сваке државе. Та прерасподела дохотка се може заснивати на принудној солидарности или на установљавању таквог пореског система који ће омогућити прерасподелу створеног дохотка путем фискалних прихода и расхода и смањити неједнакости по основу расе, родне, верске, здравствене, интелектуалне дискриминације које постоје међу људима.

6.4. Пореска политика

Пошто смо на почетку навели разлоге постојања државе, држава да би могла имати фискалне расходе она мора прибавити пореске приходе. Само постављање пореског систем у једном друштву држава мора уважавати разне аспекте као што су:

- аспект расподеле пореског терета;
- аспект ефикасности пореског система;
- аспект правичности пореског система;
- аспект прерасподеле пореског терета.

Када говоримо о расподели пореског терета држава приликом увођења пореза мора знати како ће то утицати на расподелу дохотка између појединих доходовних група. Наиме расподела пореског терета се анализира са аспекта ко суштински треба да плаћа порез потрошач или произвођач, јер ће то утицати на прерасподелу дохотка између појединаца.

Што се тиче ефикасности пореског система она се односи на ниво користи који ће се остварити у једном друштву. Ниво благостања једног човека се смањује када му се узима порез, а повећава се другим људима коме су усмерени фискални расходи државе, потреба је да на ниво друштва разлика између поменутих нивоа друштвеног благостања буде на нултом нивоу како би рекли да је реч о ефикасном пореском систему. Поред ефикасности пореска власт мора водити рачуна и о правичности, држава мора одлучити да високим стопама опорезује луксузне производе, а егзистенцијалне ниским (храну и лекове) без обзира на сву пореску неефикасност. Смањење благостања богатих је пуно више прихватљиво за државу него смањење благостања сиромашног или средњег слоја које је далеко мање од малог броја богатих људи.

Проналажењем адекватног односа између ефикасности и правичности пореске политике можемо назвати оптималним опорезивањем. Дакле, циљ посреске политике једне државе не треба да буде крајњи циљ већ настојање државног апарата да максимизира ниво благостања једног друштва које се не огледа само у материјалном нивоу него и у духовним вредстима. Дакле, оптимални порески систем коме треба да тежи држава је стварање таквог пословног окружења где ће увођењем пореза довести до минимално могућег вишка пореског терета у датом тренутку и на тај начин максимизирање ефикасности пореског терета уз истовремену вођење рачуна на принцип правичности у смислу ко суштински сноси порески терет владајућег пореског система.

Дакле, израђивање оптималног пореског система везан је за неколико предуслова које пореске власти морају анализирати пре него што донесу адекватан порески систем, и то:

1. ефикасности,
2. правичност,
3. трошкове примене пореског система,
4. могућност утаје пореза,
5. еластичности понуде рада.

Трошкова примене пореског система представља збир два трошка и то:

- величину/трошкове пореске администрације и
- трошкове које имају и сами порески обвезници.

Што су трошкови већи то је мања оптималност пореског система већа и обратно.

Могућност утаје пореза односи се на неколико ствари које пореске власти морају имати у виду. Заправо, пореске власти морају устројити такав пореки систем који ће омогућити минималну утају пореза од стране пореских обвезника. Предуслови које треба имати на уму код минимизирања могућности утаје пореза су следећи:

- 1) вероватноћа откривања утаје пореза;
- 2) величине пореских стопа;
- 3) величине казне за утају пореза.

Што се тиче вероватноће откривања утаје пореза он је повезан са величином/трошковима људи који ради у контроли односне пореске управе. Што више људи већа је и вероватноћа откривања утаје пореза. Уколик порески обвезници претпостављају да је мала вероватноћа неће бити контролисани. У случају величине пореских стопа, дакле, држава треба да се труди да пореске стопе буду што мање јер то повољно утиче на ниво утаје пореза. И на крају величина казне за пореске обвезнике мора бити адекватна. Шта значи адекватна величина казне? Велике пореске казне утичу на смањење пореске утаје и обратно. На крају можемо закључити да држава мора имати довољно пореских контролора, ниске пореске стопе и високе казне за утају пореза како би свела утају пореза на минимум.

Задња претпоставка оптималног пореског система у одређеном пословном окружењу зависи и од опорезивања дохотка појединаца. Код утврђивања висине пореза на доходак, мора се водити рачуна о стопи еластичности понуде рада код појединаца. У условима веће еластичности понуде рада мало повећање пореза може изазвати велике вишкове пореског терета (губитак производње) и обратно. У зависности у којој позицији се налазе радници у смислу просечног дохотка, укупног материјалног стања зависи ће величина пореског терета. Што је мања еластичност понуде рада опорезивање дохотка може бити веће и обратно. Наравно овде треба имати у виду могућности мобилности радне снаге у једном региону (више држава) када се установљава порески систем опорезивања дохотак.

9. ГЛОБАЛИЗАМ

"...у условима кризе капитализма верује се да је активна интервенција државе - а посебно централне владе - прави лек. Благонаклони јавни службеници, незаинтересовани стручњаци, требало би да преузму власт, коју су духом скучени, себични "економски ројалисти" злоупотребили..."

GEORGE REISMAN

Током 80.-их година прошлог века на западу дошло се до сазнања да је невидљива рука прогреса (тржишта) била много јача од видљиве руке назадовања (мешања државе у привредна кретања). Дошло се до закључка о неопходности свеукупних реформи везаних за "државу благостања", у смислу неминовности увођења конкуренције у области јавног сектора. Конкуренција би по мишљењу неолибералног концепта, требала да ће онемогући стварање огромне бирократије која тежи да се умножава оним чиме се храни⁴⁵.

9.1. Држава благостања

Међутим није све црно бело у погледу утицаја државе на привредна кретања, многи економски теоретичари полемисали су о економској улози државе у привреди земље, и то пре свега о последицама и оправданостима мешања државе у привредни живот једне земље. Став о улози државе у привреди као допуни тржишта и средства равноправне расподеле оствареног друштвеног бруто производа у потпуности се променила у доба велике економске кризе 1929. године, где је незапосленост порасла на 25% (у Америци), и пада друштвеног бруто производа на једну трећину у односу на 1929. годину. Држава је својим разним програмима типа: осигурање за случај незапослености, социјано осигурање, федерално осигурање депозита, федералне програме за субвенционисање пољпривредне производње и читавим низом других програма покушала отклонити последице несавршености тржишта.

Многобројни проблеми са којима се сусретала радничка класа у доба либералног капитализма, ниске наднице, лоши услови рада, непостојање института заштите права радника, огромно безнађе, непостојање мотивације за рад, социјалне напетости на једној страни као и циклични развој капитализма услед недовољног инвестирања на другој страни, још више су погоршавали ионако тешку ситуацију у држави. Тако да је држава почетком двадесетог века била принуђена да нешто коренито предузме. Деловање државних мера у почетку је дало добре резултате у погледу смањења непосредне беде и враћању наде и поверења јавности у боље сутра, пре свега због смањење незапослености.

⁴⁵ Новцем, узимајући из производње и усмеравање у непроизводне бирократске канале, што има за негативну последицу смањење производње, богатства нације, повећање потрошње, смањења запослености, одлива капитала, инфлације.

Међутим, ако се томе дода да су "...Циљеви били племенити, резултати разочаравајући. Расходи социјалног осигурања су скочили до неба, а систем је запао у велике финансијске недаће. Програми државног становања и урбаног развоја смањили су уместо да увећају стамбени фонд сиромашних. Јавна помоћ се повећава упркос расту запослености. По општем слагању, програм заштите је "збрка натопљена преварама и корупцијом...." Недостаци државе благостања огледали су се у томе да је на почетку програма од стране државе тих програма било мало, а пореских обвезника који те програме финансирају много и плаћали су малу суму.

Поред бројних успеха државе у отклањању привредних несавршености постоји и читав низ фактора који су довели у питање оправданост државног мешања у привредне токове, и дали повода све већем броју економиста да заговарају идеју бескомпромисног пропагирања неолибералног концепта управљања привредом. Ти, поменути фактори који су довели до популаризације неолибаралне економске доктрине огледали су се у појави високих губитака у јавном сектору због ниске рентабилности, незапослености, ниске искоришћености капацитета и сл. Ограничавање јавног сектора, снижавање пореза бизнису, смањене регулативне економске функције државе, представљали су заправо нови талас који је требао да светску привреду ослободи многих нагомиланих проблема насталих у периоду тз. државног капитализма (мешовите привреде), тј. све је то требало да осигура шири простор за приватни капитал и приватну иницијативу.

9.2. Неолиберализам⁴⁶

Улога државе у развијеним тржишним економијама прошла је дуг и еволутиван пут од меркантилизма, физиократизма, либерализма, па до државног капитализма и, на крају, до дерегулације која је спроведена у протеклих 20-ак година, а која је своје право лице показала у оквиру тачеризма и реганизма. Процес реформи пословног окружења огледале су се у следећем:

- Ради на приватизације јавног сектора, где држава смањује свој обим инвестирања као и величину јавног сектора;
- Мења се однос државе према монополима;
- Смањење дефицита буџета;
- Максимална популаризација тржишних механизма тј. конкуренције;
- Вођење рестриктивне аинтиинфлационе политике;

⁴⁶Јокић З., (2007.), Магистарски рад „Реформа поште Србије у условима дерегулације поштанског саобраћаја“, Економски факултет у Београду, стр.62-69.

- Оцене да је ригидност надница у кретању наниже основни узрок растуће незапослености, на основу које се кренуло се у пројекат слабљења синдиката, и то на следећи начин:

- смањење заштите запослених и незапослених,
- ослабити синдикат,
- спровести дерегулацију у погледу државног регулисања услова и односа запошљавања.

По мишљењу неолибералиста, предузете мере би утицале на повећање конкуренције на тржишту радне снаге што би за последицу имало смањење реалних надница и подстицајно утицало на повећање запослености без повећања инфлације.

Улога државе у процесу дерегулације током осамдесетих година Кау i Vickers⁴⁷ су дефинисали као "регулаторну реформу" у области начина регулисања јавне својине у области функционисања тржишта радне снаге. Та реформа се заправо састојала од следећа два елемента: 1) трансформације јавне својине у приватну тј. приватизација и 2) либерализације у што већем обиму.

Процес глобализације је повезан са појавом мултинационалних корпоратизација. Долазак транснационалних корпоратизација примораће домаћа предузећа да максимално рационално послују.

9.3.Глобализација

Глобализација као феномен почела се развијати крајем 70-их година можемо посматрати у ширем и у ужем смислу. У ширем смислу глобализацију можемо повезати са бројним променама као на пример промене у области економије, производних технологија, комуникацији, култури, религији. У ужем смислу глобализација се везује за развој економије на наднационалном нивоу. Не постоји општеприхваћена дефиниција глобализације, навешћемо неколико примера:

- Алфред Екс (председни Америчке комисије за међународну трговину) дефинише глобализацију као,, процес у којем технологија, економија, пословање,

⁴⁷ Key i Vickers, Regulatory in Britain, Economic Policy, 1988. стр. 286.

комуникација па чак и политика уклањају временске и просторне препреке које су некада раздвајале један народ.⁴⁸;

- Ен Кругер (ММФ) дефинише глобализацију на следећи начин: „Све води ближеј интеграцији света заједно са економијом а али не само с њом“⁴⁹;
- Томас Фридман (колумниста New York times) дефинише глобализацију као „неумитну интеграцију тржишта, (националних) држава и технологија у досад невиђеној размери“⁵⁰;
- Данијел Јергон, дефинише глобализацију на следећи начин: „Владе су изгубиле контролу над управљањем националним економијама, а тиме и способност да промовишу економски развој, заштите суверенитет и пројектују национални идентитет“⁵¹

Обележје економске глобализације је најупечатљивије везано за формирање мултинационалних корпорација. Развој мултинационалних корпорација и уопште развој економске глобализације условили су следећи догађаји:

- тржишне реформе у земљама попут Индије и Кине,
- пропаст комунизма,
- развој производних технологија,
- развој комуникација и транспорта,
- негативни ефекти државног интервенционизма.

Мултинационалне корпорације спремно су дочекале промене у земљама попут Индије, Кине као и пропасти друштвено-економског уређења земаља источног блока. Променама у поменутих земљама мултинационалне корпорације (МНК) имале су вишеструку корист. Наиме МНК имале су јефтину радну снагу, јефтине сировине, тржиште које је било слабо конкуренту што је све ишло у прилог увећању профита великих компанија. Уколико се поменути чиниоци дода и повећање ефикасности производних технологија где

⁴⁸ Alfred E. Eckes, „Is Globalization Sustainable?“ govor na sastanku CMRE, Šarlot, S.K., 27. Oktobar 1999.

⁴⁹ Anne Kruger, Financial Times, 16. April 2004. p 15.

⁵⁰ Thomas Friedman, cited in Franklin Foer, Now Soccer Explains the World: An Unlikely Theory of Globalization, New York: Harper Colilins, 2004. p.2.

⁵¹ Daniel Yerfin, Richard Vietor and Peter Evans, „Fettered Flight: Globalization and the Airline Industry“, Cambridge, MA: Cambridge Energy Research Associates, 2000. p 1-2.

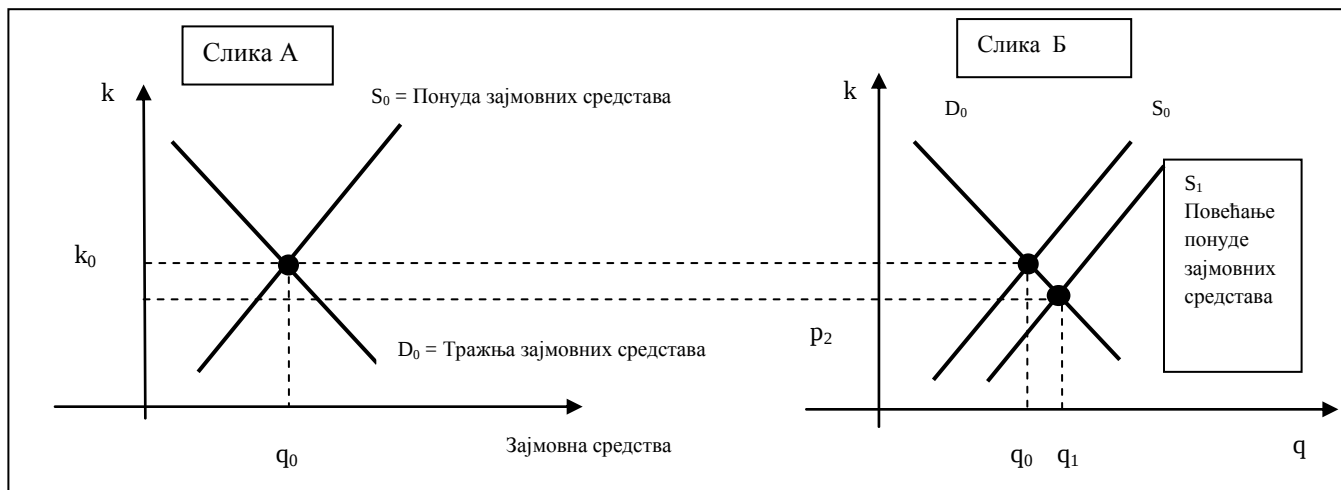
заједно са развојем комуникација и поједитијењем транспорта створени су такви услови да МНК могу заокружити своје пословање у смислу максимизирања профита.

Крајем седамдесетих година прошлог века либералне идеје поново добијају на својој популарности и то уз помоћ наднационалних економских институција као што су Светска банка (СБ) и Међународни монетарни фонд (ММФ) Светска трговинска организација (СТО). Популаризација либералних идеја односила се пре свега на слободно деловање тржишних сила како у интерним оквирима тако и у екстерним оквирима. Што се тиче интерних оквира поменуте институције сматрале су да реформе морају ићи у правцу развоја слободног тржишта. Да би МНК што боље осигурале своје интересе у земљама источне Европе као и у земљама у развоју креиран је економски оквир неолибаралне економије назван „Вашингтонски консензус“ који је обухватао следеће мере:

- Дерегулацију економије,
- Приватизацију државних предузећа,
- Либерализацију трговине у смислу подстицања извоза и укидања царина на увоз,
- Финансијска либерализација у погледу финансијских токова,
- Реформа пореске политике у смислу смањења пореза крупном капиталу,
- Смањење буџетског дефицита путем смањења војних издатака, социјалних издатака,
- Контрола инфлације, као монетарног феномена, и то по цену незапослености,
- Заштита имовински права.

Либерализација у погледу кретања роба, услуга, финансијских средстава на светском нивоу такође се правдала заједничким користима које одбацује трговина за све учеснике. Побољшање користи свих објашњавало се могућношћу повећања криве производних могућности тј. могућности да сви учесници у трговини могу користити већу количину аутпута. Допринос слободне трговине објашњавао се законитошћу компаративних предности који се огледа у ефективности производње аутпута, надаље у специјализацији производње аутпута, повећању продуктивности аутпута, већу разноврсност аутпута који стоје на располагању људима и на крају повећања благостања тј. животног стандарда људи.

Финансијска либерализација треба да доведе до повећања конкуренције на глобалном нивоу, на овај начин цена зајмовних средстава ће се смањити што ће позитивно утицати на повећани обим инвестирања. У условима финансијске либерализације тј. отклањања ограничења у погледу кретања капитала на берзама довешће до нижих каматних стопа које у поређењу са профитним стопама имаће за последицу улазак оних маргиналних произвођача који до тада нису могли организовати производњу поредећи своју цену коштања са тржишном ценом аутпута.



У условима када постоји либерализација на финансијским тржиштима довешће до следеће ситуације. Уколико је реч о држави чија каматна стопа је на ниво k_0 (слика А) и која је већа о каматних стопа на другим тржиштима то ће за последицу имати привлачење зајмовних средстава са осталих тржишта (других земаља). На овај начин прилив или повећање понуде зајмовних средстава утицаће на пад каматних стопа и повећање обима зајмљења финансијских средстава тј. повећања инвестиција (слика Б). Прилив засновних средстава на односно тржиште ће се дешавати све док се каматне стопе на глобалном нивоу не изједначе тј. када не буде постојао мотива за кретање финансијских средстава са једног на другу тржиште. Од оваквог кретања националне економије које имају проблем са недостатком финансијских средстава привућиће недостајућа средства и то по нижој каматној стопи.

Ограничење буџетског дефицита такође је још један од начина да се повећа ниво друштвеног благостања на глобалном нивоу. Буџетска средства треба рационално користити и то у оквирима буџетско прихода. Уколико постоји буџетски дефицит долази до неопходности покривања недостајућих пореских прихода. На овај начин долази до супротног кретања као на слици тј. повећава се тражња зајмовних средстава од стране државе тако да долази до повећања камате и смањења тражње зајмовних средстава тзв „ефекат истискивања“. У обратном случају када држава има вишак средстава то ће

повољно утицати на понуду зајмовних средстава јер се повећава понуда зајмовних средстава што повољно утиче на ниво камате и на обим зајмљења средстава.

На крају период државног интервенционизма један од проблема који се јавио односио се и на ниво инфлације. Умерени раст цена у једној економији назива се инфлација, док висок ниво раста цена у једној економији назива се хиперинфлација (по грегори Манкјуу инфлација која је већа од 50% на годишњем нивоу). Класична економска доктрина сматра да је најважнији фактор који изазива инфлацију је превелика понуда новца. Понуду новца ствара држава тј. држава се стара о количини новца која се налази у односној привреди.

Заштита имовних права је такође једна од кључних препорука ММФ и СБ пре свега се односи на земље у развоју. Како би МНК биле сигурне да ће своје инвестиције вратити као и остварити екстра профите оне морају бити сигурне да им се имовина неће национализовати. Дакле, осећање сигурности мора постојати тј. вера МНК у односну владу да ће поштовати имовинска права, да ће их штити и да неће долазит до њихових промена у кратком периоду. Дакле, извесност тј. сигурност МНК у обављању својих послова пресудно ће утицати на величину инвестиција у земљама развоја. На овај начин се правда инсистирање на заштити иновинских права и то пре свега у замишљама у развоју од стране неолибералиста.

Допринос глобализације свеопштем напретку може се сагледати на основу статистичких података, као на пример:

- „Светска трговина је после 1950. године порасла између дванест и двадесет два пута;
- Директна страна улагања широм света увећала су се петнаест пута од 1970 године;
- Директна страна улагања у земље у развоју порасла су двадесет пута;
- Дневни обрт на девизним тржиштима био је 15 милијарди долара 1973. Године, данас он износи преко 1.5 билион долара;
- Технолошка производња је порасла шест пута, а међународна трговина у области технологије девет;
- Напредак у погледу комуникације може се видети на примеру да је 1956. Године било могуће каблом спроводити осамдесет девет истовремених телефонских разговора. Данас, путем сателита и оптичких каблова може се спроводити милион разговора,⁵²

⁵² Извор: - Alfred Eckes, Thomas W. Zeiler, Globalization and the American Century (New York: Cambridge University Press, 2003.);

- „У другој половини деведесетих ниво незапослености у најразвијенијим земљама је опадао,
- Стопа привредног раста у САД-у и Европи прелазе стопе из треидесетих година прошлог века
- Три од пет најбољи година за Француску (1997-2000.) у погледу отварања нових радних места биле су у периоду глобализације⁵³,
- „Између 1980. И 2010. Године удео индустрије (по броју сати) У Европи опада са 23% на 14%, а са 19% на 10% у САД; 5,3 милиона Французарадило је у индустрији 1980. а свега 3,4 милиона 2010. године“⁵⁴

Заговорници неолибералне економске политике сматрали су да ће деловање тржишних законитости како интерно тако и екстрно довести до економске стабилности у складу с тим насталу су следећа обећања, и то:

1. „Деловање слободне трговине ће нам омогућити да се искористе сви технички напреси и појединачне компаративне предности, што ће у крајњем исходу имати за последицу раст богатства и општег благаостања;
2. Снага националне државе, временом ће слабити, Моћ националних држава ће слабити тиме што ћес појавити мултинационалне компаније, које ће бити моћније од свих држава, а неће бити под утицајем, политике, нације, вере, расе, него искључиво под утицајем економије;
3. Снага, тиме и моћ биће не у државама него у глобалним тржиштима, тј. мултинационалним корпорацијама;
4. Мултинационалне корпорације биће виртуелне државе. Али такве државе које ће бити осетљиве само на економске законитости које воде напретку, тиме веома стабилне у односу на остале факторе, сем економских;
5. Економија ће бити доминантна религија, којој ће се сви клањати и доминантно ће утицати на историјски развој човечанства;

-Wolf, Why Globalization Works;

- Hohan Gray , False Dawn: The Delusions of Global Capitalism (Lond: Granta Books, 1999.);- истраживања немачког Bundestaga, OECD-а, UNCTAD-а и др.

⁵³ Коен Д., (2014.), Homo economicus, Clio, Београд, стр.101.

⁵⁴ Lilas Demmou, La Desindustrialisation en France, Direction Generale du Tresor, jun 2010.

6. Самим тим пошто ће се све повиновати тржишту/економији, отклониће се сви узроци који су доводили до вечитих проблема циклуса експанзије и рецесије;
7. Оствариће се константан економски раст у елом свету;
8. Константан и одржив привредни раст који ће бити наднационални утицаће да се многи диктаторски режими распаду као кула од карата (уколико не дозволе својим суграђанима да осете смањење сиромаштва и/или повећање богатства), и самим тим развој демократије;
9. Све претходно довешће до здравог управљања у националним државама, па самим тим и постојањем држава без дугова. Тржиште ће их као врховна религија натерати на то;
10. Сиромашни ће бити мање сиромашнији, а богати још богатији.⁵⁵

Последице глобализације нису једнозначне, постоје теоретичари који говоре пре свега негативној страни глобализације, а такође постоје теоретичари који говоре о позитивним странама глобализација. Дакле, може се закључити да су резултати глобализације и позитивни и негативни у ком правцу ће се развијати глобализација као неминовност зависи колико ће се успешно моћи контролисати глобализација, заправо ко има моћ да утиче на глобалне токове и тиме остваривати одређене интересе.

⁵⁵ Ралстон Сол Цон, (2011.), Пропаст глобализма и преобликовање света“, Архипелаг, Београд, стр.23.

8. ОТПОРИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈИ

„Обећање глобализације гласило је да ће плима понети све бродове. Али плима је опасна ствар. Од чамаца па до бродова линијске пловидбе, пловила препуштена ћудима плиме разбијају се о хриди, насукују се, тону, преврћу се, нестају у мору. Плима захтева опрезне капетане, спретну посаду, сидра, ужад, организовану прилагодљивост и контролу у сваком облику. Ништа није регулисаније од брода на узбурконом мору.“

ЏОН РАЛСТОН СОЛ

Многи умни економски теоретичари су сматрали да је модерна економија ставрила под контролу економска кретања. Конкретно, Роберт Лукас добитник Нобелове награде за економију 1995. године, као и Бен Бернанке професор на Принстону, сматрали су да је модеран економија толико напредовала да је не могуће више да се појави проблем цикличног кретања у економији (успона и падова), био је то у правом смислу тријумф капитализма. Проблеми националне економија у Јужној Америци су говорили да спровођење препорука неолибаралног концепта није давало очекиване резултате (криз у Мексику 1995, Аргентини 2002, Јужна Корија 1998). Јапан је током осамдесетих година важио за економију у успону где су сви најважнији макроекономски индикатори били позитивни. Почетком деведесетих долази до снажног раста цена акција компанија Јапана, долази до надувавања економских балона. Надувавање економских балона односи се на повећање тражње у односу на понуду што има за последицу подизање цена активе изнад реалног нивоа. Банке као традиционалне финансијске институције имале су строга правила приликом одобравања кредита. Међутим слабљењем државних регула (неолиберални представници државе су сматрали да цикличних криза више неће бити, па зашто би ограничавали одобравање кредита). Даље, развој алтернативних извора финансирања компанија и пада профитних стопа банака натерало је банке да додатно смање критеријуме у погледу ликвидности и солвентности зајмопримаца, нешто слично се догодило и у Јапану 1991. године. Јапанска централна банка забринута због нивоа спекулативних активности настоји смирити ситуацију тако што одлучује да подигне каматну стопу. Вођењем рестриктивне монетарне политике имало је за последицу, током наредних неколико година, пад вредности земљишта и деница за 60% у односу њихов максимални ниво⁵⁶. Криза која је захватила Јапан 1991. године довела је до рецесије у привредним кретањима, тражња је пала, производња је опала, инвестиције се смањују. Наиме, у условима када дође до кризе деловање економских законитости понекад и не помажу. То се десило и Јапану, Јапан је наиме упао у „замку ликвидности“. У условима када има довољно новца у банкама када каматне стопе падају чак и на нулти ниво покретање производње и инвестиција се не дешава. Наиме, у условима неизвесности као што је депресија произвођачи и потрошачи су веома опрезни. Наиме, потрошачи смањују своју потрошњу јер не знају колико дуго и каква ће криза у погледу јачине бити те из разлога страха појединци су опрезни. Ова почетна активност се све више развија, даље смањење тражње доводи до смањења запослености, мања запосленост доводи до још већег смањења тражње тако да се негативна спирала увећава и продужава и то на принципима мултипликације и акцелерације. У оваквим условима ни ниске камате нису у могућности да покрену производњу и инвестиције. Ако се овоме дода и негативна демографска слика у Јапану (све већи број пензионера) доводио је до већих пензионих и здравствених трошкова што је уводило земљу у дефицит буџета. Покривањем дефицита буџета повећањем пореза довело је у још гору позицију привреду Јапана.

⁵⁶ О овоме више видети у књизи: Кругман П., (2010.) „Повратак економије депресије и светска криза 2008“, Хеликс, Смедерево, стр. 58-81.

Нигде се у глобализацији не помиње на који начин ће се обезбедити јавна добра. Ако ће га држава обезбеђивати, како ће тако финансијски ослабљена обезбедити потребна средства или можда добра попут војске, полиције... неће ни требати јер ћемо бити богатији, сигурнији срећнији...? Тврдња неolibералиста да ће се развојем економске сарадње и економске узајамности повећати безбедност и сигурност на глобалном нивоу је такође упитна имајући у виду кризе и ратове половином прошлог века, такође милитаризацијом државних буџета услед нарастајуће нестабилности.

Као што се види државе не да слабе него се појављује читав низ нових држава и то у доба глобализације где је међусобна сарадња, повезаност као и трговина на тако високом нивоу као никада до тада у људској цивилизацији.

Величина дугова државе није се променила имајући у виду да чак и земље ЕУ попут Шпаније, Португала, Италије, Грчке имају проблем враћања својих дугова. Проблем с којим су се суочавала друштва односи се пре свега на искључивост, на схватање владајућих економских доктрина као „апсолутних истина“, неупитних, кризисеерство у конкретном случају представљало би јерес, а не период слободе, избора и нових могућности.

Економске кризе изазване берзанским спекулативним активностима нису нестале него су се још више појачале. Имајући у виду повећање обима активности на финансијским тржиштима може се само претпоставити величина снаге а тиме и и утицаја на свеукупна привредна кретања. Имајући у виду да су тржишта настала са циљем да се доведе у контакт понуде и тражње за финансијским средствима, да се смањење ризици пословања и у крајњој инстанци максимизирање пословног резултата финансијска сфера се одвојила од реалне и претворили и извор нестабилности. Извор нестабилности финансијских тржишта огледа се у чињеници да се финансијска средства (новац) претворио у „предмет трговине као извор богатства“, а не средство (уље за подмазивање привредних токова) помоћу кога ће се развити привреда одређене земље. Дејвид Хјум на најбољи начин описује улогу новца у једној привреди „ новац није ниједан од покретних точкова трговине. Уље је то које чине кретање точкова глаткијим и лакшим.“⁵⁷

Ниво благостања земаља у развоју је упитан у смислу ко има корист од страних улагања. Многе земље иако су богате природним ресурсима могу се наћи у позицији да немају користи од сопственог богатства већ само штете. Многе МНК су власници природних ресурса из којих црпе монополске профите с једне стране док трошкови негативних екстерналија такође максимално настоје социјализовати.

⁵⁷ Исто, стр.98.

Џон Ралстон Сол је упоредио економске мере и њихову делотворност на пример у Новог Зеланда. Почетком осамдесетих година макроекономски индикатори су означавали постојање финансијске кризе. На крилима неолибералне идеје спроведене су мере које су се биле у складу са Вашингтонским консензусом либерализација у области трговине и финансија, продају државних предузећа пореска дерегулација (смањење пореза крупном капиталу) и сл. Представници неолибералног модела су хвалилит вођење економске политике од стране званичних бирократа. Добра страна примењених реформи састојала се у смањењу инфлације, оно што је забрињавало односило се на следеће чињенице и то:

- „Сиромаштво је разлог,
- Међународни дуг је растао,
- Незапосленост је порасла,
- Потребе за социјалном помоћи су се увећавале,
- Реалне зараде су опале,
- Десио се прелазак природних монопола у приватне руке⁵⁸.
- Комуникација је све више посредна (повећава се усамљеност), све више загађена тј. људи све више хране своју архајску пирорду , повећава се контрола појединаца тј. смањује се приватност,
- „Појава нових болести на глобалном нивоу,
- Оживљавање националних страсти, раст популизма и напредовање деснице,
- Оживљавање меркантилизма⁵⁹...

8.1. Последице глобализације

8.1.1. Џозеф Стиглиц

⁵⁸ Peter Conway, The New Zealand Experiment, GPN Azija/Pacifik, Bangkok, 2-4. Septembar 2002, 17.

⁵⁹ Коен Д., (2014.), Homo economicus, Clio, Београд, стр.119.

Џозеф Штиглиц је добитник Нобелове награде за економију 2001. Године, Радио је као главни економиста Светске банке, био је председник већа економских саветника Била Клинтона и ради као професор економије и финансија на Columbia University. Џозеф Штиглиц је критичар глобализације као и рада наднационалних економских институција попут ММФ и СБ. Џозеф Штиглиц сматра да слепа послушност земаља у развоју не доводи до повећања благостања једног друштва и то због пре свега тзв. „шок терапије која се препоручује земљама у развоју и/или земљама у транзицији. Шок терапија коју препоручује ММФ своди се на неколико активности и то:

- Либерализацију тржишта,
- Приватизацију државних компанија и
- Стабилизацију економских токова.

Либерализација тржишта како робних тако и финансијских наравно може довести до добробити. Међутим оно што је проблем укидањем бројних ограничења у трговини и кретању капитала има и својих негативних страна. Укидањем трговинских ограничења у лошијој позицији ће се наћи земљи у развоју и у транзицији. Зашто? Имајући у виду да саме препоруке у Вашингтонском консензусу дефинисале су најразвијеније западне земље. Искуство нам показује да капитализам максимизира пре свега себичност и да поред прича о залагању интереса неразвијених земаља у суштини стоје интереси богатих западних земаља тачније њихових корпорација. Уколико узмемо у обзир историјске чиљенице можемо видети последице по колонијалне земље од стране колонизатора да су се сикључиво сводиле на максимизацију интереса колонизатора. Такође, није редак случај да саме развијене земље међусобно су биле супростављене када је реч о њиховом појединачним интересима, примера ради можемо видети шта се дешавало у погледу контроле нафтних ресурса у Јужној Америци од стране САД, или истискивање Француске и Велике Британије са Блиског Истока од стране САД такође када је реч контроли нафтних ресурса. Дакле, уколико су интереси неравијених земаља и развијених земаља подударају онда примена Вашингтонског консензуса може имати позитивне последице, у супротном засигурно ће имати негативне последице по ниво животног стандарда. Либерализација тржишта неминовно ће довести у конкуренцију корпорације из развијених и неразвијених земаља. У таквом односу имајући у виду компаративне предности МНК имајући у виду информације, финансије, технологију, управљање, утицај насвоје Владе и наднационалне финансијске институције корпорације из неразвијених земаља имају малу шансу да опстану у таквом пословном окружењу. Такође, МНК расолажући огромним финансијским ресурсима могу користити интерно унакрсно субвенционисање своје производње и на тај начин по дампинг ценама елиминисати најрационалније компаније у

неразвијеним земљама. Уколико се овоме додат и висок ниво корупције у наеразвијеним земљама освајање односног тржишта МНК је готово сигуран посао.

Инсистирање приватизације по сваку цену од стране је такође смишљено како би се максимизирала себичност МНК. Приватизација најбољих фабрика које имају локалне брендове омогућила би остваривање сигурних профитних стопа. С друге стране приватизација великих државних система попут, сектора енергетике, комуникација, водопривреде... доводи у позицију МНК да купе природне монополе. Куповином природних монопола МНК осигуравају остваривање сигурних монополских профита. На овај начин видимо да приватизација и либерализација се заправо свде на стварање монопола и елиминисање конкуренције што је сасвим супротно од онога што је прокламовано у доктрине неолибералне економије. Уколико анализирамо последице либерализације и приватизације националних економија неразвијених земаља и са ширег аспекта долазимо до још поразнијих резултата. Поразни резултати оваквих активности односи се на националну сигурност и безбедност одностних земаља. Проблем броја запослених у државним предузећима се смањује, тражња се смањује држава нема механизме за покретање тражње у кризним ситуацијама (а ако овоме додамо и велики државних дуг сирмашних земаља ситуација се усложњава) мањи порески приходи имаће последиу по здравство, школство, социјално осигурање као и смањење радничких права и то путем доношења нових регула, реалана пад плата запослених, додатно опорезивање сиромаштних и смањење опорезивања богатих...

Стабилизација која се пропагира од стране ММФ у смислу штедње, строге монетарне контроле (јер се сматра да је инфлација искључиви монтарни проблем) може довести до повећање нивоа незапослености што и овако стешку социјалну ситуацију додатно отежава. Поставља се једно логично питање колико становништво у неразвијеним земљама треба да доживи патње и колико дуго одрицања морају трајати и да ли то вреди имајући у виду да појединци имају само један живот и да се протекло преме не може вратити. Такође, поставља се још једно логично питање да ли економија треба да буде религија а економске законитости апсолутна истина, већ држава мора сагледавати своје интересе много шире. У зависности од одговорност државе у погледу реформи послвоног окружења може зависити опстанак и развој читавог друштва. Држава није приватно предузећа које мора имати за циљ искључиво профитне циљеве већ максимизирање друштвеног благостања једног друштва. Дакле, држава се не може и не сме понашати као појединац Конкретно, држава треба да буде у неку руку савест друштва која ће утицати на поправљање егоистичне и зле природе једног дела човековог бића. Уколико се човеку дозволи да у току свог живота акценат даје искључиво на своје две неопходности *имати и бити*⁶⁰, тада ће појединац код себе развити охолост, грамзивост, похлепу и нарцисоидност. Уколико држава допусти да се себичност прекомерно развије (без

⁶⁰ О овоме је говорио познати немачко-амерички социолог и философ Ерих Фром у својој књизи „Имати или бити“.

праведне расподеле или заштите националних интереса приликом приватизације и либерализације) имаће за последицу негативна кретања у друштву као што су: ратови, болести, економске кризе, еколошке катастрофе и сл.. Суштинска улога државе је да развија друштво као праведно и правично у коме ће појединац постати *сачовек*. По Алфреду Адлеру⁶¹ потребно је да се појединац развија не само у физиолошком, интелектуалном него и у моралном смислу⁶², тада ће човек бити одговоран према себи и према другим људима. Овај циљ држава може, а понекад и мора искључиво да постигне држава преко свијих институција.⁶³

Џон Ралстон Сол сматра да у времену кризе несигурност и „неизвесност је и раздобље избора, а тиме и могућности“. С тим што избор мора бити слободан од стране истинског вође а не технократе/менаџера/управљача.

Џозеф Стиглиц, критиковање последица глобализације на пластичан начин је дао у својој књизи Успех глобализације и то на теме Патенти, профит и људи као и Мултинационалне корпорације⁶⁴.

*Патенти, профити и људи*⁶⁵

Најразвијеније земље су настојале потписати спроазум у вези интелектуалног власништва тзв ТРИП 8 (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights). Интелектуално власништво даје право власнику патента да га само он користи, а да га други могу користити уз потписан уговор и правичну надокнаду. На први поглед нема ничега спорног оно што је заправо нечије власништво, резултат дугогодишњег рада то и треба да буде његово. Други разлога лежи у психологији појединаца, конкретно његовој себичности. Уколико неко други без било каквих препрека могу користити резултате рада других нестаће мотива да појединци истражују долазе до нових сазнања уопште напредак људске цивилизације ће бити упитан.

С друге стране када се анализира приватизација интелектуалног власништва долази се до сасвим супротних закључака. Наиме, заштитом патената долази до негативних ефеката и то:

- Приватизација знања, одређеног облика приватизације знања јер до нових открића се долази на бази већ постојећег знања, такође долази до
- деформације тржишта приватизацијом патената,

⁶¹ О овоме више видети у књизи Адлер А., (2012.), „Познавање човека“, Дерета, Београд.

⁶² Јеротић В., (2005.), „Сабрана дела, књига 9.“, Арс Либри, Београд, стр. 146.

⁶³ Јокић З., (2015.), Докторски рад, Економски факултет Ниш, стр.193.

⁶⁴ Штиглиц Ј. Е., (2008.), Успех глобализације (нови кораци до праведног света), Алгоритам, Загреб.

⁶⁵ Исто, стр. 123-152.

- колико је заштита имовниског власништва и потписивање оваквих трговинских споразума морално.

Нова научна открића се базирају на већ расположивом знању, тако да уколико је појединац дошао до нових спознаја на бази старих/постојећих знања колико је оправдано да сада нова знања или надограђена постојећа знања искључиво задржава за себе. У конкретном случају можемо говорити о огрначењу нових научних открића и негативном ефекту по науку у смислу развоја позитивних екстерналија. А држава управо у регулисању екстерналија као тржишних ограничења треба активно да делује како у смањењу негативних тако и у подстицање позитивних екстерналија.

Деформација тржишта приватизацијом патената остварује се путем формирања монополске моћи. Постојање монополске моћи повезано је са постојањем било ког облика ограничења у смислу да друга предузећа се не могу бавити истом врстом посла. Уколико једна страна има одређена знања док сви остали произвођачи то немају говоримо о повлашћеној позицији односног произвођача. Међутим, уколико се путем закона забрани другим произвођачима да дођу(научним путем) до истих резултата у смислу патената тада је реч о другом законском огрначењу. Тако да оваква предузећа се имају двоструку предност у односу на своје ривале и то научну и законску. Монополи као послвон окружење имају своје недостатке у погледу нивоа друштвеног благостања. Наиме, у монополском окружењу постоји чист губитак који умањује користи како потрошача тако и произвођача јер потрошачи добијају производе који су у условима монопола скупљи него у условима конкуренције, а такође потрошачи користе мањи обим аупута јер је цена мања у односу на ефикасну цену. Такође, ангажовање инпута у производњи аупута је мања, проблем рационалности у производњи такође се може појавити поготову код великих МНК (услед дејства монополије и ентропије).

Моралност код заштите интелектуалног власништва је упитна из два угла. Из првог угла можемо да кажемо да резултате рада треба да ужива онај који је имао трошкове и ко је уложио значајан труд и напор. Заштита интелектуалног власништва у виду музике, филмова, књига није уопште упитна. Проблем моралности код патената се јавља када је реч о животу људи. Највећи број патената у свету односи се на фармацеутске компаније. Моралност патената у производњи лекова са аспекта приватизације знања и/или формирања монопола представља морално питање за човечанство. Објашњење фармацеутских компанија да неће имати довољно финансијских средства за истраживање и развој колико се укине власништво над патентима може се сучелити са следећим аргументом и видети сва нетачност односног аргумента. Многе земље попут Швајцарске и Холандије до 1907. и 1912. године нису регулисале заштиту интелектуалног власништва

а биле су врло иновативне.⁶⁶ О дволичности фармацеутских компанија у погледу заштите интелектуалног власништва а у смислу формирања буџета за истраживања можемо видети и на следећој чињеници, фармацеутске компаније више троше на рекламу као и на истраживање лекова који служе не лечењу већ лековима за раст косе, ревитализацију коже (остваривању идеала младости и лепоте) него на истраживања везана за многе заразне и неизлечиве болести⁶⁷. Највећа неморалност фармацеутских компанија огледа се у погледу продаје или стварања доступности оних лекова које спасавају животе пре свега у неразвијеним земљама. Наиме фармацеутске компаније сматрају да ће продаја лекова по цени коштања утицати на уништавање лекова на националним тржиштима услед спекулативности. Оваква тврдња не одговара реалност имајући у виду да је трговина лековима строго контролисана и не постоји могућност да односни лекови долазе до одређено тржиште без дозволе државе. Такође, не дозвољавање земљама попут Индије, Кине, Бразила које имају развијене истраживачке центре да долазећи до истих резултата тј. производњом еквивалентних лекова у сопственој режији од стране МНК је такође један вид лицемерја. Дакле, државе које немају довољно новца за куповну лекова против најштетнијих болести осуђени су да пате и да умиру. Говорити о моралности а камоли о етичности у конкретном примеру је излишно. Такође, лицемерје фармацеутских компанија може се видети и у објашњењу да ће продаја лекова неразвијеним земљама по цени коштања утицати значајно на приходе такое није тачна имајући у виду чињеницу да „фармацеутске компаније ионако убирају мало прихода од регија у развоју. Продаја у Африци представља мање од два посото укупне продаје фармацеутских компанија (јер су појединци једноставно пресиромашни да купују скупе лекове“⁶⁸

Такође, Џозеф Штиглиц када је разматрао последице приватизације патената сагледавао је и позиције земаља у развоју, у смислу када су они у компаративној предности. Заштита интелектуалног власништва путем ТРИП-ова од стране развијених капиталистичких земаља је развијена паралелно са системом који такође постоји и у исту сврху је створен у оквиру УН. Главни проблем је у томе да развијене земље нису имале механизме за заштиту својих интереса, формирањем Светске трговинске организације (СТО) од стране најразвијених земаља створен је веома ефикасан систем у погледу санкција оним земљама које се не желе придржавати прописаних правила у погледу заштите интелектуалне својине (забрана трговине свим чланицама са земљом која је кажњена). Ситуација у погледу заштите неразвијених земаља је посве другачија, другим речима земље у развоју се налазе поново у подређеном положају. Подређени положај неразвијених земаља огледа се у коришћењу националних богатства или коришћење

⁶⁶ - Ha-Joon Chang, *Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective* (Anthe Press, London, 2002.);

- Eric Schiff, *Industrialization without National Patents: The Netherlands, 1869-1912*.

⁶⁷ P. Trouiller et al., „Drug Development for Neglected Diseases: A Deficient Market and a Public-Health Policy Failure“, *Lancet*, sv. 359. (2002. Jun), str. 2188-2194.

⁶⁸ Штиглиц Ј. Е., (2008.), *Успех глобализације (нови кораци до праведнога света)*, Алгоритам, Загреб, стр.143.

традиционалних знања и то не само потпуно бесплатно него још горе. Наиме, 1992. Године на конференцију одржаној у Рију под покровитељством УН САД је одбио да потпише. Споразум се односи на заштите богате биоразликовитости земаља у развоју које злоупотребљавају пре свега фармацетуске компаније. САД је одбио да потпише поменути споразуме из разлога што више од 2 000 биљних патената одобрених у САД заснива се на традиционалном знању добијеним у земљама у развоју⁶⁹.

Суштина проблема састоји се у формално правној природи, заправо традиционална знања која постоје у земљама у развоју нико није патентирао тј. правно регулисао већ су она стајала на располагању свим људима као опште добро. Имајући у виду велику глад за профитом МНК-е су покушале да искористе традиционална знања како би их претворили у монополско знање. У складу с тим басмати пиринач који се једи у Индије већ хиљадама година једна америчка компанија је 1997. добила патент за басмати пиринач.⁷⁰ Слична ситуација се десила и са уљем које се добија из индијског стабла neem које има козметичку и медицинску употребну вредност, патенте су објавиле компаније из европских земаља и САД.⁷¹

Веома је занимљиво погледати борбу за сопствене интересе између самх развијених земаља. Давање предности економском интересу у односу на здравље појединца на најбољи начин се може видети у односу ЕУ и САД када је реч о генетски модификованој храни. Производња генетске модификоване хране од стране од стране САД своди се на повећане приносе у производњи пољопривредних производа, а самим тим и на већу продуктивност у производњи пољопривредних производа што утиче на стварање компаративне предности. У настојању искоришћавања компаративних предности САД у пољопривредној производњи није ништа спорно, међутим споро је што здравствена сигурност такве хране је упитна. Постоје поједини теоретичари који сматрају да генетска храна није добра по здравље људи, екзактних научних доказа нема већ само претпоставке. Наиме потребан је дуг временски период да протекне како би се утврдиле генетске мутације на људима. Имајући у виду да постоји вакум у конкретном случају да постоје сумње, а да конкретних доказа нема САД настоје да путем својих утицаја оствари своје интересе, продају огромних количина генетски модификоване хране.

Слична ситуација је у погледу културе многих земаља. Наиме у САД постоји индустрија забаве Hollywood, у којој се снима огромна количина забавног програма и у коју су уложена огромна средства која требада одбаци планирану добит. Менаџери Hollywood-а настоје заштити своје интересе тако што настоје излобирати забрану субвенционисања

⁶⁹ Ruth Brand, „The Basmati Patent“, u *Limitis to Privatization: How to Avoid Too Much of a Good Thing*, уредници Ernst Ulrich von Weizacker, Oran R.

Young i Matthiac Finger (Earthscan Publications, London i Sterling VA, 2005.).

Devinder Sharma, „Basmati Patent: Let Us Accept It, India Has Lost the Battle“, 22. 06.2005.

⁷⁰ Штиглиц Ј. Е., (2008.), Успех глобализације (нови кораци до праведнога света), Алгоритам, Загреб, стр.146.

⁷¹ Vandana Shiva i Ruth Brand, „The Fight Against Patens on the Neem Tree“, u *Limitis to Privatization*, op.cit.

снимања филмова у другим земљама. Оправдање зашто треба забранити субвенционисање националних филмова јесте конкурентност, пошто у Hollywood-у филмови се не субвенционирају за разлику од осталих националних кинематографија и на тај начин нарушава равноправна тржишна утакмица. Уколико се на кинематографију гледа са ове стране можемо рећи да је у реду. Међутим, уколико анализирамо ситуацију аналитичније долазимо до следећег закључка:

- Hollywood можемо посматрати као монополисту по разним основама (технолошки, финансијски...);
- Какав је утицај индустрије забаве на развој личности појединаца.

У првом случају монополски положај једне стране на тржишту доводи до неефикасности и не постоји конкуренција. Тако да оптужба непостојања конкуренције у конкретном случају постоји али на штету националних кинематографија а не на штету Hollywood-a.

У другом случају када је реч о заштити културног идентитета и интегритета одређене нације у општем интересу је субвенционисање националне кинематографије јер се ради о позитивним екстерналијама. Када је реч о позитивним екстерналијама економска законитост препоручује субвенционисање таквих пројеката, тако да и по основу ове чињенице почетна тврдња Hollywood-a није истинита. Култура једне нације је изузетно важна јер без културе неће бити споја генерација из прошлости, садашњости и будућности, другим речима људи неће комуницирати између себе у оквиру истог друштва и различитог временског хоризонта. Другим речима људи истог друштва неће моћи сагледати своја достигнућа у области уметности, науке, религије и философије...

Комуникација између различитих друштава је веома благотворна за развој човека, за правилно схватање суштинских вредности који треба да представљају звезду водилу човека током његовог онтогенетског развоја. Искуство, знање, мудрост других нација може помоћу у ефикасности напредовања одређених нација, тј. да не трагају за оним суштинским вредностима до којих су друга друштва дошла, већ да своје ресурсе доминантно усмере ка њиховим остварењима. Дакле, обогаћивањем своје културе је суштина одређених преузимања из других култура, а то може ефективно обезбедити културна комуникација између различитих друштава.

Култура је изузетно значајана за развој појединца у погледу његовог идентитета и интегритета. Сви људи нису исти све нације се међусобно разликују та разлика се најбоље види у културама односних друштава. Захваљујући културама појединих друштава људи се међусобно разликују што представља заправо њихов идентитет. Дакле, посматрајући човека ми не посматрамо само његове емоције, мотиве, телесне

карактеристике, интелигенцију већ као једну целину. Посматрање човека као целине, као јединство читаве структуре личности човека у којој је инкорпорирана и култура као својеврсни вредни систем утиче на **интегритет** појединца.

На овај начин може се видети сва моралност избора, и то:

- Избор између економског интереса МНК и заштите животне средине,
- Избор између економског интереса МНК и сирмаштва земаља у развоју,
- Избор између економског интереса МНК и здравља људи,
- Избор између економског интереса МНК и психичког развоја појединца...

Мултинационалне корпорације (МНК)⁷²

Потврђивање тезе Адама Смита у смислу максимизирања сопствене себичности тј. профита можемо видети на примеру МНК. Многе МНК су акумулирале толико богатство да се може рећи да су поједине МНК богатије од многих земаља у развоју. Тако на пример укупни приходи у 2004. године General Motors-а износили су 191,4 милијарде долара, а Wal-Mart-а 285,2 милијарде долара што је више него када је реч од БДП 148 земаља света или од збира БДП земаља подсахарске Африке⁷³. Џозеф Штиглиц сматра да глобализација није једнозначан процес већ да она има како позитивне тако и негативне последице, као позитивни последице Штиглиц сматра следеће чињенице:

- „Повећање животног стандарда у земљама трећег света,
- Либерализација трговине, омогућено је да робе из земаља у развоју (ЗУР) доспеју на развијена тржишта,
- Корпорације премештајући производњу из матичних земаља у ЗУР врше и трансфер технологије из развијених у неразвијене земље,
- Годишње се уложи око 200 милијарди инвестиција у ЗУР,

⁷² Штиглиц Ј. Е., (2008.), Успех глобализације (нови кораци до праведнога света), Алгоритам, Загреб, стр.207-231.

⁷³ Исто, стр.207.

- Глобализација је омогућила ЗУР да се отварају нова радна места, ниске каматне стопе, инвестиције, подстицање економског раста“ ...⁷⁴

Оно зашта се залаже Џозеф Штиглиц јесте минимизирање негативних ефеката глобализације и максимизирања позитивних ефеката глобализације. У Негативне ефекте глобализације Штиглиц наводи следеће чињнице, и то:

- Давање предности појединачном интересу на штету општедруштвени интерес;
- Настајање монопола,
- Укидање радничких права,
- Слабљење друштвене одговорности...

Компаније у оквиру нетржишних пословних стратегија настоје заштити и остварити своје интересе. Један од најпластичнијих примера нетржишне пословне стратегије јесу лобирања где компаније уз одговарајући новчану надокнаду помажу политичке кампање одабраних партија. Тако, да је четрдесет једна компанија (General Electric, Microsoft, Disney...) у периоду од 1991. - 2001. Донирале полититичким партијама износ од 150 милиона долара уз процену да су се донирана средства имала повраћај у износу од 55 милијарди долара.⁷⁵ Највећи поборници очувања својих монополских позиција је фармацеутска индустрија. Фармацеутска индустрија у САД је у периоду од 1998.-2004. године потрошиле 759 милиона долара на донације како би илобирала засвоје интересе, такође највећи број лобиста ради за фармацеутску индустрију око 3 000.⁷⁶ На основу свега може се видети извесност заштите корпорацијских интереса а на рачун општих интереса, такође овакав систем заштите интереса је повезан и са облицима корупције, а не заштите интереса заснованих на моралности тј. етичности учесника у парламентарној демократији.

МНК су монополи са свим својим негативним карактеристикама. Штиглиц на примеру трговинског ланца Wal-Mart објаснио ограничење конкуренције као једно од низа негативних карактеристика монополског тржишног окружења. Наиме Wal-Mart је у односу на своје конкуренте је у бољој позицији у погледу цене набавке, у погледу рокова плаћања, цене радне снаге... Разлог очувања монополске позиције јесте остваривање екстра/монополског профита (површина четвороугла АБЦД на слици) и ништа више.

⁷⁴ Исто, стр. 208.

⁷⁵ Boy Now, Save Later: Campaign Contributions & Corporate Taxation“, A Joint Project of the Institute & Economic Policy, Citizens for Tax Justice, and Public Campaign, новембар 2001.

⁷⁶ M. Asif Ismail, „Prescription for Power: Drug Makers, Lobbying Army Ensures Their Legislative Dominance“, Center for Public Integrity, 28 април 2005.

Једна од неолибералних идеја јесте смањење радничких права. Разлог засмањење радничких права огледа се у већим платама у односу на равнотежну тржишну надницу. Разлог за веће плате и веће трошкове (како тврде неолибералисти) је улога синдиката у "заштити" права радника. Логично смањена незапосленост требало би да води смањењу надница али ту ступају на сцену синдикати који алтруистички штите интересе радника тј. њихових надница да не падну испод загарантованог нивоа. Звонећи на сва звона да штите интересе радника они заправо недозвољавају радницима да раде тј. оним радницима који хоће да свој рад продају по нижој цени. Милтон Фридман у свом делу „Слобода избора“, сматра да у наведеним околностима радници деформисана слобода коју су деформисали пре свега синдикати, та деформација се своди на немогућност радника, пре свега незапосленог радника, да свој рад понуди по нижој цене у условима кризе него што је цена радне снаге на односном тржишту, тако да послодавци поштујући законске оквире немогу купити јефтинију радну снагу иако де факто она постоји на тржишту него морају плаћати цену радне снаге која је скупља и која је утврђена од стране синдиката, тако да су се синдикати у ствари претворили у своју супротност тј. суштински доприносе незапослености. Имајући у виду предходно поменуто, Wal-Mart неформално настоји ослабити раднички синдикат у својој компанији, резултат оваквог рада је у чињенице да су запослени здравствено неосигурани (слобода избора) па чак и деца чији родитељи раде упоменутој компанији већ су осигурана преко јавног програма америчких држава.⁷⁷

Слабљење друштвене одговорности заснива се на принципу мултидимензионалности. Наиме неморалност МНК може се сагледати у погледу заштите средине у ЗУР где се без било каквих последица одлаже јаловина и уопште остављајући еколошку пустош за собом. Загађење земље, воде, ваздуха утиче негативно и на здравље људи. Уцењивачки капацитет моћних МНК огледа се у запошљавању великог броја радника, доприносу БДП, корупцији.... Такође, неморалност МНК огледа се у вредновању појединаца као људи, најпластичнији пример је хемијски акцидент/несрећа која се десила у Bhopalu. Хемијска несрећа у Индији је изазвала смрт и трајну инваидност много људи. Менаџери одговорни за хемијску несрећу напосто су побегли у своје земље како би избегли одговорност, а унесрећеним породицама исплаћивали су вредност од 500 долара као накнаду за доживљену трагедију.⁷⁸

Џозеф Штигли је дао одређене препоруке у вези регулисања рада МНК како би се остварили максимално позитивни ефекти од процеса глобализације. Конкретно, Штиглић је дао следеће препоруке, и то:

- „Повећање друштвене одговорности МНК,

⁷⁷ Andy Miller, „Wal-Mart Stand Out on Rolls of PeachCare; Sign-Up Ratio Far Exceeds Other Firms“, Atlanta Journal-Constitution, 27. Februar 2004.

⁷⁸ Штиглић Ј. Е., (2008.), Успех глобализације (нови кораци до праведнога света), Алгоритам, Загреб, стр.216.

- Ограничавање моћи корпорација,
- Побољшање корпорацијског управљања,
- Светски закони за светску привреду,
- Смањење простора за корупцију⁷⁹.

Повећање друштвене одговорности односи се на веће уважавање интереса бројних стејкхолдера МНК, и то нарочито у време цикличних привредних криза. Постојање националних регула у погледу ограничавања конкуренције, тј. спречавање појаве приватних монопола. Побољшање корпорацијског управљања односи се пре свега на уважавање интереса осталих стејкхолдера с том разликом да се предвиђају оштре казне уколико МНК причине штету. Да би могли говорити о спречавању формирања монопола кажњавању МНК за нанете штете морају се формирати међународни судови који ће имати механизме да донете регуле на глобалном нивоу могу и применити. Такође, потребно је утврдити механизам на наднационалном нивоу у поглед успречавања простора за корупцију.

Наведене мере у погледу регулисања рада МНК који би имале за циљ максимизирање позитивних ефеката глобализације су добро замишљене. Да би се применили у пракси морала би постојати добра воља и то пре свега од стране најразвијених земаља. Имајући у виду да најразвијеније земље имају алате да преко наднационалних економских институција утврде санкције према оним земљама које се не придржавају дефинисаних регула. Такође, својим националним законодавством, доношењем регула у националним оквирима могу још комплетније допринети позитивним ефектима глобализације. Ово је нарочито код сузбијања корупције, прања новца у погледу продаје оружја, дроге, пореске евазије... Џозеф Стиглиц сматра да мера која забрањује сарадњу рад свим националним банка у најразвијенијим земљама са другим финансијским институцијама било које јурисдикције. Оно што је проблем јесте природа тј. психологија личности појединца. У садашњем тренутку развој личности појединца је таква да је и даље (као што је описао Адам Смит) доминантно интровертна у погледу сопственог интереса. Дакле, развој личности појединца и даље је кључно опредељена себичношћу при доношењу својих одлука, тако да читав концепт који је замишљен је тешко реализовати.

⁷⁹ О овоме више погледати у књизи: Штиглиц Ј. Е., (2008.), Успех глобализације (нови кораци до праведног света), Алгоритам, Загреб, стр.217.-230.

8.1.4. Наоми Клајн⁸⁰

Најупечатљивији обележје економске глобализације је везано за формирање мултинационалних корпорација. Наоми Клајн је настојала да изврши анализу функционисања МНК. Наоми Клајн се убрају међу истинске борце против глобализма. Настојала је да теоретским истраживањем као и истраживањима у бројним земљама трећег света у потпуности демистификује природу глобализације и скине маску са лица МНК. Суштина њеног рада односила се на спознају истине у свременом пословном окружењу. Рођена је 1970. године у Монтреалу, Канада.

Наоми Клајн настојала је да објасни праву природу МНК, њихову огромну себичност, гордост, охолост, безосећајност, као и искоришћавање ЗУР. Такође, све већи јаз између сиромашних и богатих, раст моћи мањине као и утицај на развој систем вредности појединца предмет су књиге „Но лого“. Наоми Клајн је дошла до закључка да је циљ мултинационалних корпорација није производња робе и услуга (аутпута) већ стварање робних марки, брендова. Помоћу брендова МНК оствариће онај циљ коме теже профит и то на најлакши могући начин. МНК постају огромне са големом имовином, управљање пргломазном активом носи собом појаву многобројних ризика што утиче на смањење ефикасности пословања МНК. Решење је нађено у таквој активности да ће се менаџери МНК сада бавити само својим имиџом помоћу маркетинга, а да производњу препустити неком другом. По Тијани Мандић „миџ настаје онда када се свесно почне градити утисак, који желимо да оставимо на друге“. Наравно утисак који МНК желе оставити је позитиван утисак, позитиван утисак треба да је у облику својерврсне разлике. Та разлика треба да омогући ограничење за друге да производе аутпуте истих обележја. Лого МНК штите законски као своју имовину од могућих злоупотребе. Имајући да лого има своју вредност у билансима стања они се евидентирају као гудвил. *Гудвил (goodwill)*, се може повезати и са чињеницом да корпорација поседује добар углед, робну марку, лого, која пружа такву инфомрацију по којој је пословање предузећа сигурно и поуздано, да постоје адекватни системи и процедуре као и компетентан менаџмент предузећа који заједно са свим осталим деловима предузећа остварује синергијски ефекат у погледу задовољавања тражње купаца у односу на конкуренцију предузећа. Због поменутих разлога предузеће остварује вишу цену својих аутпута у односу на своју конкуренцију, и то због вредности свог имена.

Лого је симбол који се може састојати од речи, разних облика, боја, слика, икона... на основу чега купци препознају производ произвођача који поседује читав низ обележја. МНК развојем својих брендова желе створити следећа обележја логa, и то:

- карактер логa,
- емоционалост логa,

⁸⁰ Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд.

- идентитет лога и

- интегритет лога.

Када говоримо о карактеру лога, лого треба да се веже за нешто што је позитивна и опште прихваћена вредност у друштву, за оно што се у друштво оцењује као добро, пожељно, важно. Када је реч о емоционалности лога потребно је да лого производа код потрошача изазива позитивни и пријатне емоције у смислу задовољства, поверења, поштовања, радости и среће. Идентитет лога се односи на различитост, посебно особеност коју поседује производ одређене МНК. И на крају интегритет се односи на мултдимензионалност лога тј. производ који се продаје под ознаком лога мора се препознавати као нешто што је добро, што је лепо, што је безбедно и сигурно, квалитетно на заправо корисно...

Поменути обележја лога се постижу огромним улагањима у рекламне кампање које имају за циљ да убеди потрошаче у истинитост тврдњи МНК. Маркетинг има за циљ у суштини да формира корпорацијски мит, корпорацијски идеал, животни стил коме треба тежити.

Трошењем огоромних новчаних сума на маркетинг МНК желе повезати лого са позитивним емоцијама. Између осталог МНК плаћају огромне суме врхунским спортистима да их рекламирају на тај начин купци аутпута се идентификују са својим идолима што изазива позитивне емоције код потрошача. Поједини брендови као што су Нике, Пума, Адидас су синоними за спорт, здравље, способност, част, храброст, лепоту уопште нешто вредно и корисно. МНК иду даље у развоју свог бренда они се не заустављају само на реалности већ иду и у трансцендентност стварају илузију, развијају машту и подижу его појединца у крајњој инстанци развијају његову сујету/важност, а тиме охолост и гордост.

Развијање система вредности започиње у породици а касније у школи и друштву. Путем телевизијских, радио реклама, интернета, концерта као и са идентификацијом друштвене групе чији члан појединац жели да буде врши се утицај на младу особу у смислу развоја његовог система вредности. Школе по менаџерима маркетинга је незаменљива институција која може дати плодноне резултате у стварању лојалног потрошача. Зашто? Школа је „место на коме се они окупљају, причају, кришом пуше, сазревају, проводи се највећи део дана, формирају мишљење и сатима делују кул⁸¹“. Увидевши ове чињенице МНК су почеле да размишљају како развити што интензивнију комуникацију на релацији бренд-деца и пронашли су спонзорство школа. Пошто је нелиберални концепт захтевао смањење пореза крупном бизнису то је неминовно имало за последицу и смањење пореских прихода. Смањење пореских прихода значи и мање новца за образовање, културу, науку, здравство, тако да су школе биле принуђене да

⁸¹ Исто, стр.127.

прихвате спонзорство МНК као неопходност у набавци компјутера, камаера, софтвера... На овај начин „директори за меркетинг брендова сада раде у школству исто оно што су радили у музици, спорту и новинарству: покушавају да потисну свог домаћина у други план, да скрену пажњу на себе“⁸². И на крају Dean Witter Reynolds Inc сматра да уколико МНК успеју да дођу до деце заправо долазе до читаве породице⁸³. Нешто слично се дешава и са универзитетима тзв. брендирање универзитета а на штету његове независности и интегритета. Наоми Клајн је маркетинг кампање МНК назива „маркетинг глобалне младости“ чији је врхунски циљ шопинг.

МНК у својим маркетиншким активностима настоје да сакрију свој крајњи циљ разним бизарностима. На пример маркетиншких стручњаци МНК тврде да „Деца нам се обраћају и траже своје омиљене брендове“⁸⁴, у преводу нису МНК корпорације криве. Употреба интернета је веома добар алат за испитивање тржишта, веома брзо, ефективно и са мало новца може се утврдити укупно интересовање за одређеним аутпутом и то према полу, узрасту и географској локацији. Такође, истраживачи тржишта нуде деци бесплатне фотоапрате за једнократну употребу којима снимају своје родитеље пријатеље из којих МНК могу добити потребне информације⁸⁵. Крајњи циљ МНК јесте у васпитавању младе популације да троше, стварање потрошачког друштва, али таквог потрошачког друштва које мора бити лојално својим брендовима (потрошачи морају имати исте укусе у погледу обуће, одеће, хране... Пратећи поменуто аналогију Наоми Клајн долази до логичног закључка да су непријатељи МНК „национални обичаји, локалне робне марке, национални укуси“. У изведеном смислу највећи непријатељ МНК је слобода избора, или једноставно речено само слобода појединца. Неслобода/ограничења су кул за МНК јер им обезбеђују „гравитациону силу“⁸⁶ тј. монополску позицију⁸⁷.

Развијањем бренда МНК желе да њихов лого буде део културне вредности и то на глобалном нивоу, тј. да лого представља позитиван систем систем вредности. Уколико МНК успеју да њихов бренд постане део културне баштине на глобалном нивоу тада ће по аутоматизму постати став, предрасуда, интересовање и мотив који ће опредељивати понашање појединца. Да би се постигло поменуто потребно је пробити филтер пажње људи, наметнути се убедити их у истинитост и исправност својих рекламних порука. Рекламе треба да су свуда и на сваком месту оне треба да постану део свакодневног живота свих појединаца па отуда МНК спонзоришу најразличитије институције, активности и људе. Рекламе су у поменутом контексту свуда око нас где год човек кренуо у музејима, библиотекама, универзитетима, школама, боницама, на јавним местима, радиу и телевизији, интернету, одећи, обући, људима... Стратегија рекламе се своди на

⁸² Исто, стр. 129.

⁸³ „Western Companies Compete to Win Business of Chinese Babies“, Wall Street Journal, 15. Мај 1998.

⁸⁴ Wall Street Journal, 15. Септембар 1997. В₁.

⁸⁵ Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд, стр. 135.

⁸⁶ James Howard Kunstler, The Geography of Nowhere (New York: Touchstone, 1983.).

⁸⁷ Наоми Клајн за монополе користи и назив „тиранија величине“.

постизање видљивости и понављања на овај начин велика је вероватноћа да ће појединац изменити своју свест, свој менталитет тј. у крајњој инстанци свој систем вредности. Као што су либерали веровали у апсолутну истину својих економских законитости претварајући их у религију так и МНК чине све да њихови брендови буду предмет обожавања.

Да би потрошачи могли да се диве брендovima било је потребно да се саграде храмове. Улогу храмова преузели су огромни тржни центри. Моћ огромних тржних центара своди се на снагу монополске позиције, могућност интерног међусобног субвенционисања по различитим географским тачкама (циљ је да укупан профит расте уз могућност да су поједине радње у губитку), као и задовољавања сопствене гордости зато што су појединци верници глобалних брендова па отуда и појава осећања сопствене вредности као и пренесеног понос.

Маркетинг МНК чврсто је повезан са психологијом као науком у смислу да се о психологије као науке преузме све што је корисно у сврху максимизирања свог профита. Циљна група МНК су пре свега млади, њихово преваспитавање у смислу стварања лојалног потрошача до краја живота. Имајући у виду да се код младих тек развија њихов систем вредности који ће опредељивати њихове одлуке о потрошњи, МНК играју на сваку могућу карту. Млади имају своје егзистенцијалне страхове у смислу да заузму своју позицију у друштву, да се изборе за свој статус да буду прихваћени у друштву, а то могу постићи уколико поштују глобалну културу, културу брендова која је завладала глобалним тржиштима, културу младих коју су развиле/створиле МНК прилагођавајући је сопственим интересима. Теодор Левит говори о агресивним МНК које више не стварају културу јер су оне саме култура, национална тржишта се прилагођавају МНК, а не обратно⁸⁸. Када је реч о култури МНК не презају ни од чега, уколико ће то донети профит, конкретно МНК су спремне да мењају систем вредности у друштву, морал уколико им се то исплати (популаризација геј културе). Геј култура се види као још једна тржишна ниша и ништа више са аспекта МНК.

МНК у ери глобализације доживеле су до две важне промене у пословању, и то:

- Ефекат синергије и
- Деградација производње.

Ефекат синергије односи се на диверзификовање производње МНК. Диверзификација производње значи да се МНК орјентишу и на друге активности поред своје основне, на пример уколико је МНК производила одећу проширује своју делатност и на производњу хране, пића, забаве, издаваштва и сл. На овај начин долази до јачања утицаја сопственог

⁸⁸ Theodore Lewitt, „The Globalization of Markets“, Harvard Business Review, мај-јун 1983.

бренда на појединце, повећавање масе профита, као и смањење ризика пословања. Деградација производње се односи на дислоцирање производње у ЗУР. Дислоцирање производње МНК у ЗУР омогућиће ниже трошкове, већу флексибилност у пословања а све са циљем максимизирања профита МНК. МНК препуштају производњу сопствених аутпута неком другом. Зашто? Пошто су се МНК избориле за озакоњење интелектуалног власништва на глобалном нивоу (прко СТО) производња није више проблем, постоји листа произвођача који једва чекају да раде са МНК, циљ је усмерити све ресурсе на развој система вредности појединаца који ће ићи у прилог МНК. МНК ће се бавити духовним послом, утицајем на душу/психу појединца. Наоми Клајн вези препуштање производње својих аутпута неком другом објашњава својеврсном охолошћу/гордошћу МНК, наиме МНК, каже Наоми Клајн се желе ослободити производње као неке „омражене телесности. Разлог за ову промену је једноставан: грађење супербрендова изузетно је скуп пројекат који захтева константну контролу, бригу и допуњавање, ...како би се што успешније обавио посао утискивања брендова и знакова“⁸⁹ у душу појединца. Овај посао као веома важан и ризичан захтева ангажовање свих ресурса МНК и њега мора радити искључиво МНК, док производњу може обављати било ко. Важност бренда на најбољи начин је објаснио Хектор Лијан „Машине се хабају, Кола рђају. Људи умиру. Али робне марке настављају да живе“⁹⁰

Имајући у виду да смо на самом почетку рекли да бренд настоји да буде моралан добар кроз деградацију производње можемо видети суштину карактера МНК. Производња се пребацује разним уговорачима у ЗУР (све са циљем да буде што јефтинија) како би остало све више новца за брендирање. Конкретно, производња више не ствара вредност, вредност ствара бренд. Иза завесе брендирања крије се пуно патње и бола пре свега радника у развијеним земљама који остају без посла, такође и радника који ради за МНК у ЗУР. На овај начин МНК су смислиле савршен начин бега од друштвене одговорности, тј. приказивањем да су добре, моралне, карактерне. Лоши услови рада у ЗУР, ниске нднице, дискриминација радника, дечији рад су разлози зашто се појављује разочараност потрошача МНК-ијама. МНК објашњавају да оне са производњом немају ништа то раде уговорачи, на конкретном примеру се види моралност МНК. Моралност МНК је само формалне природе, али не и суштинске. Поштовање, поверење, захвалност, емпатија, задовољство, смирење, радост и срећа су осећања која требају да постоје у међусобној комуникацији између људи, конкретно радника и послодаваца (уговорача, МНК свеједно) како би описали неког да је моралан добар.

На конкретним примерима Наоми Клајн је желела да прикаже сву моралност МНК тј. њихових брендова. У граду Росарио на Филипинима постоји зона за извоз Кавитеа која обухвата 207 фабрика и 50 000 радника. Поменуте фабрике раде за познате бреднове и поред тога нема ни једне једине рекламе познатих бреднова на фабрикама, то су фабрике

⁸⁹ Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд, стр. 254.

⁹⁰ „Big Brand Firms Know the Name s Everything“, Irish Times, 27. Februar 1998.

уговарача, циљ МНК у ЗУР не кретати пажњу на себе. Зашто МНК не желе скретати пажњу на себе иако живе од реклама? Прави разлог је пуно негативних конотација које не желе везати за свој бренд, као на пример:

- Лоши услови рада радника. Микроклиматски услови су забрињавајући, забрањује се комуникација за време рада, забрањује се одлазак у тоалет, забрањују се боловања. Страх и суровост су присутни на сваком кораку;
- Лоши услови живота радника у самој зони или у околини зоне. На пример у Шри Ланки „спаваонице су до те мере претрпане да су по поду исцртане беле линије којима је обележено место накојем поједини радник спава“;⁹¹
- Уговори рада су краткорочног карактера и не захтевају квалификацију,
- Радни дан износи преко осам часлова дневно: у Шри Ланки траје 14 сати, у Индонезији 12 сати, у јужној Кини 16 сати, на Филипинима 14 сати;
- Наднице су по правилу испод егзистенцијалног минимума;
- Синдикално неорганизована радна снага;
- Уговарачи радећи за МНК не плаћају порезе односној држави и тиме не доприносе локалној самоуправи, нису друштвено одговорни. Због не плаћања пореских прихода не решавају се проблеми воде и канализације, уличног оветљења, изградња путева, образовања, здравства...;
- Слободне зоне у којима се ради за МНК су зоне страха. „Владе се боје да ће изгубити стране фабрике, фабрике се боје да ће изгубити своје брендиране купе, а радници се боје даће изгубити свој несигурни посао. Ове се фабрике не зидају на земљи него у ваздуху.“⁹²
- Живот у сиромаштву тера раднике да раде у фабрикама уговарача, уместо излаза из сиромаштва последице су усамљеност и отуђеност, очај, незнање, губитак наде;
- Обим дискриминисаних људи је изузетно велики;⁹³

⁹¹ „Castro Dampens WTO Party“, Globe and Mail, 20. Мај 1998.

⁹² Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд, стр. 267.

⁹³ Према подацима Међународне организације рада данас у свету постоје око 1000 слободних зона у којима ради око 27 милиона радника. Специјални акциони програм Међународне организације рада за зоне прераде за извоз. Извор: Aurret Van Heerden.

- Наоми Клајн сматра да су зоне као и ЗУР добро осмишљен „механизам за прераспodelу богатства“;
- Што су радници гладнији то је продуктивност већа⁹⁴;
- Антонио Тухан филипински економиста сматра да „фабрике у слободним зонама нису фабрике у правом смислу речи то су складишта радне снаге“.⁹⁵

МНК руковођене принципом које су наметнуле ЗУР „рад за цабе“ настоје да исти принцип примене и у сопственим земљама. Поред смањења броја радних места у развијеним капиталистичким земљама МНК у сопственим земљама желе што мање контакта са својим радницима, такође послови су *„нестални, слабије плаћени, високостресни, исцрпљујући.“* Један од принципа неолиберализма је:

- слабљење синдиката пре свега у сопственим земљама, а све у циљу приморавања радничке класе на све лошије услове рада;

- краћа радна недеља;
- мање плаћена радна места,
- двокраки рад;
- рад на позив-привремени и повремени послови;
- слабије социјално осигурање;
- појава агенција за привремено запошљавање је веома добар начин да се МНК у сопственим земљама изиграју колективне уговоре и смање своје трошкове. У САД агенције за продају авио карата су примениле концепт уговорног запошљавања последица је била да радници који су зарађивали 40 000 долара годишње, понођено им је да се врате на посао за 16 000 годишње⁹⁶. Многе компаније попут Mikrosofta које су интелектуални монополисти и немају конкуренцију такође зарад повећања профита понашају се на описани начин;
- Појављује се класа менаџера који примају баснословне суме. Они су предмет обужавања и имају своју цену као фудбалери, као глумачке звезде;
- Наоми Клајн сматра да су менаџери добијали огромне бонусе и плате јер су морали бити адекватно плаћени због доношења тешких пословних одлука, морали су *„убијати*

⁹⁴ Henny Sander, „Sprinting to the Forefront2, Far Eastern Economic Review, 1. Avgust 1996. 50.

⁹⁵ Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд, стр. 289.

⁹⁶ Bernsterin, „Усупљени – и без среће.

људе“. Џорџ Фишер је 1997. године добио деонице процењене на 60 милиона долара јер је угасио 20.100 радних места⁹⁷. Санфорд Вил је 1997. Године зарадио 230 милиона долара за своје пословне потезе који су се између осталих сводили и на укидање хиљада радних места.⁹⁸ Џон Смит председник General Motorsa је укинуо 82 000 радних места добио је бонус од 2,54 милиона долара⁹⁹.

Када ће и какав бити крај глобалног пословног окружења може се само претпоставити. Уколико су људи све више, незадовољни, љути уколико се себичност увећава до несуђених размера да прераста у разне врсте бахатости мале групе најбогатијих, очекивати хепиенд помало је илузорно. Овакво пословно окружење може донети само лоше социјалне последице повезане са гађњем, презиром, одбаченошћу и на крају са агресијом.

Маркетиншки менаџери настоје да створе такву колективну свест људи која ће им омогућити идентично понашање свих појединаца у групи тј. међусобно имитирање, формирањем потрошачког стада/крда у коме ће понашање појединаца бити идентично, сви купују оно што им се „каже“ имају исте укусе (Nike, Пума, Адидас, Apple, Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Coca-Cola, Pepsi, McDonald's, Disney, Marlboro, Mercedes, Shell, Microsoft). Овакав развој појединаца и уопште пословног окружења је у супротности са основном идејом коју неолиберализам пропагира а то је слобода, слобда избора. Слобода избора по Фридману омогућава слободно деловање тржишних законитости које ће собом донети благаостање друштва. По истој аналогiji ако нема слободе при доношењу пословних одлука, ако нема слободе у васпитању, ако нема слободе у образовању тада неће постојати ни критичко промишљања ни креативност (по Ратку Божовићу) а тиме ни повећања благостања у друштву. Закључак би био да рад МНК, глобализам гуши слободе, заправо ради оно што је дијаметрално супротно принципима које пропагира сам глобализам (слобода говора-појединац који промовише бренд не може говорити шта жели јер може нарушити корпорацијске интересе; слобода избора у продавници-монополи, олигополи, трустовски споразуми; слобода јавних простора-закупљени од великих корпорација; слобода размишљања-преваспитавање појединаца). Харвардски професор Сузан Фурнијер се с право пита да ли је гушење слободе од стране моћни МНК прераста у однос „господара и роба“.¹⁰⁰

⁹⁷ Руководилачки експес „98.: Пето годишње истраживање плата руководица“ (Boston, United for a Fair Economy) 23. април 1998.

⁹⁸ Наоми Клајн, 2003., Не лого, Самиздат Б92, Београд, стр. 327.

⁹⁹ Global and Mail, „Извештај о послу“, 21. април 1998.

¹⁰⁰ Susan Fournier, „The Consumer and the Brand: An Understanding within the Framework of Personal Relationships“, Harvard Business School, Division of Research, septembar 1996.64.

9. НАДНАЦИОНАЛНЕ ЕКОНОМСКЕ ИНСТИТУЦИЈЕ

9.1.Европска унија

Током своје историје Европски континент пролазио је кроз бурне догађаје. Утицај и моћ Европског континента била је променљива. Два светска рата почела су на Европском континенту, значајни економски потенцијали сконцентрисани су такође на Европском континенту, научни, културни узорни многим земљама биле се европске државе. Дакле, Европа у много чему има значајне потенцијале које треба искористити, неговати и развијати. Иако Европа заузима свега 8% земљине површине и сада у ред мањих континената њена важност и значај је веома велика. Други светски рат је учинио да су се десила огромна материјална разарања, највећи број људских жртава у историји људске цивилизације учинили су да Европа назадају. Због поменутих последица претилиа је опсност да ће се назадовање Европе наставити да ће се назадовање хранити самим собом и да ће негативне последице бити све веће. САД су сматрале да је Европа била вишеструко угрожена и то:

- војно,
- економски и
- социјално.

Војна угроженост западноевропских земаља темељила се на страху од СССР-а, тј. од комунизма. Земље средње и источне Европе на челу са СССР-ом имале су сасвим други друштвено-економски систем, други систем вредности који се по питању економије, социјалних односа скоро у потпуности разликовао од капиталистичког друштвено-економских односа (државна својина, планска привреда, централизација, једнопартијски систем, однос према религији...). Огромне количине оружја поново су биле сконцентрисане у Европским земљама. У вези с тим западноевропске земље су формирале појединачне одбрамбене савезе („1947. Уговор у Данкрику између Француске и УК - Treaty of Alliance and Mutual Assistance; 1948. Уговор у Бриселу, између земаља Beneluxa, УК и Француске Treaty of Economic, Social and Cultural Collaboration and Collective Self Defense“¹⁰¹) који су били претече данашњој НАТО Алијанси која се формирала 1949. године. СССР је био реална претња по западне друштвено-економске система, тако да због спољњег непријатеља тј. опасности од ширења комунизма формирао се савез за колективну безбедност. Проблем ширења комунизма био је присутан и у самим западноевропским земљама, јаке комунистичке партије у Грчкој, Италији, Француској представљале су унутрашњу реалну претњу по систем вредности западноевропских земаља. Из тих разлога било је потребно створити одбрамбени савез, као и мобилисати ресурсе за одбрану. Формирањем НАТО Алијансе 1949. Године први задатак је решен, други задатак у центрлизацији одбрамбених ресурса је решен формирањем Европске заједнице за угаљ и челик 1951. Године, што представља почетак настанка данашње ЕУ. Овом приликом је формирано заједничко тржиште за угаљ и челик на простору шест

¹⁰¹ Ђурић Кузмановић Т., (2008.), „Пословно окружење“, Алфа-Граф НС, Нови Сад, стр. 83.

држава и то: Француске, Немачке, Италије, Белгије, Холандије и Луксембурга. Поред економских предности формирањем заједничког тржишта за угаљ и челик, Европска заједница учинила да се контрола над тадашњим главним војним ресурсима (угљем и челиком) стави под наднационалну контролу, или да се успостави сарадња између Немачких и Француских челичана и индустрија. Разлог за стављање наднационалне контроле најважнијих војних ресурса била је и дуга анимозитет као и ратови између ове две земље. Роберт Шуман, Француски министар спољних послова је представио План за оснивање Европске Заједнице 9. маја 1950. године да би се план претворио у потписивање Римског Уговора о основању Европске заједнице за угаљ и челик 18. априла 1951. Године. На овај начин стављен је под контролу страх од поновног сукоба унутар западноевропских земаља и ефикасно су се управљало расположивим војним ресурсима за одбрану од спољњег непријатеља. На овај начин решен је интерни и екстерни безбедоносни проблем међу западноевропским земљама.

Други проблем са којим се суочавао Европски континент односио се на економско пословно окружење. Европа из Другог светског рата изашла је разрушених привредних капацитета, тако да је обим производње био мали, тражња је била недостајућа, огромана незапосленост трговински и платни биланси у размени са САД су били негативни тако да су поменуте чиљенице имала за последицу стварање негативних социјалних кретања. Суштина је била да се ниво друштвеног богатства, животни стандард западноевропских земаља максимално порави. Потреба је било створити пословно окружење са карактеристикама извесности, сигурности, наде, задовољства, ефикасности и ефективности како из интерних разлога тако и због настојања да се капиталистички друштвено-економски систем прикаже као бољи у односу на комунистички. Задатак је решен потписивањем Римског Уговора о оснивању Европске Економске заједнице и Европске заједнице за атомску енергију. На овај начин створени су темељи данашње ЕУ, потписивањем ова два уговора економске активности добиле су на замаху. Створили су се услови да произвођачи буду конкурентнији и то због:

- „Формирања царинске уније,
- Стварање заједничког европског тржишта за слободно кретање роба, услуга, капитала и људи ,
- Укидање царина на међусобну трговину (укинуте су 1. априла 1968. године),
- Формирањем заједничке пољопривредне и трговинске политике од краја 1960. године“¹⁰².

¹⁰² Исто, стр. 84.

Проширивањем националних тржишта на тржишта неколико земаља омогућује већу међусобну конкуренцију. Већа конкуренција утиче на повећање такмичења у привреди што ће за последицу имати смањење тржишних цена. На конкурентност европских произвођача утиче и укидање међусобних царина на трговину што поједностављује и појевтињује међусобну трговину. Такође, још један допринос економском напретку је развој међусобне трговине, а речено је да трговина може довести у бољи положај све учеснике имајући у виду компаративне предности произвођача.

Социјални разлози оснивања ЕУ првобитно су везани за постојање страха и несигурности становништва ратом девастираних држава. У првим годинама после рата био је изражен егзистенцијални страх, глад, незапосленост, несигурност како у државама победницама тако и у оним које су биле поражене. Осећања које су људе обустављала била су везана за негативне и непријатне емоције, тако да је било неопходно нешто учинити како не би доживела своју кулминацију у облику агресије.

Имајући у виду позитивне кораке у погледу безбедности, економског развоја Заједница је доживела неколико проширења, и то:

- 1972. године у Заједницу улазе Данска, Ирска и Велика Британија;
- 1981. Заједници приступа Грчка, а касније 1986. године пристају и Шпанија и Португал;
- 1995. године уклањају се још три земље Аустрија, Финска и Шведска;
- 1989. године падом Берлинског зида Заједници приступају и многе земље средње и источне Европе.

Имајући у виду да су се крајем осамдесетих и почетком деведесетих година десиле крупне геостратегијске промене (пад Берлинског зида, распад СССР-а, настанак нових земаља, рушење комунизма као друштвено-економског система) било је више него логично да се и морају десити и институционалне промене и у самој Европској заједници. 1992. године усвајањем новог Уговора у Мастрихту где су државе чланице успоставиле ЕУ, а такође су договорени следећи потези на пољу интеграције пре свега стварања монетарне уније са јединственом валутом. Уговором из Мастрихта дефинисани су одређени критерији које земља мора испунити како би приступила јединственој валути:

- инфлација од 1,5% у односу на инфлацију три земље чланице са најнижом инфлацијом;
- буџетски дефицит мора бити мањи од 3% БДП;

- Јавни дуг не сме премашити 60% БДП;
- Дугорочне камате не смеју премашити 2% каматне стопе три земље чланице с најнижом инфлацијом у претходној години.

Такође Уговор из Мастрихта главни акценат даје на уређење и унапређење економског окружења, док остала два стуба односе се на развијање сарадње земаља чланица. ЕУ из Мастрихта чврсто стоји на следећа три стуба, и то:

- „Први стуб ЕУ чини царинска унија; јединствено тржиште, трговинска политика, заједничка пољопривредна политика, структурална политика, Транс-Европска мрежа, образовање и култура, истраживање и животну средину, здравље, социјална политика, заштита потрошача, спољне границе, имиграциона политика, политика азила, ЕУ држављанство као и монетарна унија;
- Други стуб обухвата сарадњу земаља чланица, али без обавезности, у погледу координације заједничких ставова и активности и ставова и то по питању:
 - а) заједничке спољне политике (одржавање мира, људских права, демократије и помоћ земљама нечланицама) као и
 - б) по питању заједничке безбедносне политике у смислу разоружавања, колективне европске сигурности као и финансијског аспекта одбране;
- Трећи стуб обухвата сарадњу земаља чланица, али без обавезности, у погледу координације заједничких ставова и активности и то по питању:
 - а) заједничке сарадње у области правосуђа и то између правних институција у вези грађанског и кривичног права као и
 - б) заједничке сарадње у области борбе против расизма и ксенофобије, борбе против трговине дрогама и оружјем, борбе против организованог криминала, борбе против тероризма, борбе против трговине људима, као и полицијске сарадње¹⁰³.

Што се тиче првог стуба и уређења пословног окружења у оквиру земаља чланица донете одлуке у органима ЕУ су обавезујуће за све чланице. Земља чланица може бити прегласана у вези питања из првог стуба јер је процењено да је наднационални интерес који се том приликом остварује важнији од појединачних националних интереса. У друга

¹⁰³ Исто, стр. 85.

два стуба ЕУ као што је и поменуто ради се о сарадњи и координацији где се уважавају интереси појединачних земаља. Другим речима реч је о класичној међудржавној сарадњи и ЕУ није у могућности да обавезе неку државу чланицу на неку одлуку против њене воље. Све одлуке из другог и трећег стуба (спољна политика, безбедност, полицијска и правосудна сарадња) доносе се једногласно.

Земље чланице остварују своје интересе путем институција ЕУ, најважније четири институције Европске уније су:

- Европски парламент,
- Европска комисија,
- Савет ЕУ (Савет министара) и
- Европски савет.

Европски парламент,

Европски парламент има преко 700 чланова, све земље чланице немају исти број чланова парламента и он зависи од броја становника и економској снази (величини БДП) . Чланови парламента се бирају на непосредним демократским изборима у земљама чланицама ЕУ. Мандат чланова Европског парламента траје 5 година, седиште је у Стразбуру (седнице се одржавају и у Бриселу). Имајући у виду да се представници појединих држава бирају на непосредним изборима путем постојећих партија у односним земљама може се рећи, због ове чињенице, да је Европски парламент структуриран по партијског/идолошкој основи а не по националној основи. Европски парламент је тако организована тако да се у оквиру парламента формирају одређене комисије, одбори, делегације. На пример одбори припремају пленарне седнице Европског парламента.

Активности Европског парламента су веома важне, и то из следећих разлога:

- Европски парламент је најважнији представнички орган ЕУ јер својим непосредним изборима стиче легимитет престављања интереса свих грађана ЕУ;
- Европски парламент има интензивну интеракцију са Европском комисијом, јер бира председника Европске комисије, гласа о одобрењу Европске комисије, гласа о поверењу Европске комисије, такође Европски парламент има и саветодавну функцију Европске комисије;
- Европски парламент има и законодавну функцију коју дели са Саветом ЕУ тако што усваја законодавне акте;

- Европски парламент усваја и буџет ЕУ та кода има и буџетску функцију/власт коју дели са Саветом ЕУ;
- Европски парламент има и политичку функцију јер обавља политички надзор над политичким активностима институција ЕУ и на крају;
- Европски парламент поред тога што бира свог председника он је дужан да се стара о стварању предуслова за одржавање сопствених пленарних седница.

Европска комисија

Европска комисија је извршна институција ЕУ и може се рећи да представља владу ЕУ. Европску комисију сачињавају комесари, који се бирају на предлог Влада земаља чланица чији мандат траје 5 година. Поред комесара (по један члан из сваке земље чланице) Европску комисију сачињавају и министар спољних послова и председник Европске комисије. Кандидата за председника Европске комисије предлаже Европски савет квалификованом већином. Председника Европске комисије именују Владе држава чланица уз консултацију и одобрење са Европским парламентом. Европски парламент контролише рад Европске комисије и може изгласати неповерење Европској комисији. Одлуке се доносе већином гласова, а предмет гласања се односи на први стуб ЕУ, тј. комесари иако су постали чланови Европске комисије на предлог својих Влада, они одлучују независно од својих земаља, и заступају искључиво интересе ЕУ, а не националне интересе својих земаља. Европска комисија је структурирана на генералне директорате, директорати су подељени на дирекције, а дирекције су подељене на одељења.

Активности Европске комисије су веома важне, и то из следећих разлога:

- Покреће иницијативе у погледу одлука, припрема одлуке Савета ЕУ, спроводи одлуке Савета ЕУ, надзире одлуке Савета ЕУ;
- Управља буџетом ЕУ и расподелом средстава;
- Стара се о спровођењу одредби оснивачког уговора и стара се о спровођењу пресуда Суда правде;
- Покреће иницијативе у погледу вођења политике ЕУ, представља ЕУ на међународном плану, преговара о споразуму ЕУ и трећих држава.

Савет Европске уније (Савет министара),

Савет ЕУ се састоји од чланова које чини по један министар из државе чланице и то у зависности од области која је на дневном реду Савета ЕУ. Савет ЕУ се састоји од:

- Секторских савета који су програмски (пољопривреда, енергетика...) о њиховом броју и природи одлучује Европски савет квалификованом већином;
- Савет спољних послова који одлучује о спољној политици ЕУ;
- Савет спољних послова који обезбеђује усклађеност секторских савета, припрема и обезбеђује подршку састанцима Европског савета;
- Да би Савет ЕУ био што ефикасније у свом раду формира се Комитет сталних представника држава чланица (COREPER) у коме се прво разматрају сви предлози Европске комисије.

Савет ЕУ се састоји од председника, чланова, а на седницама учествује и представнике Европске комисије. Председник Савета ЕУ се ротира сваких 6 месеци од стране земаља чланица ЕУ, да би се обезбедио континуитет у раду (услед честих мењања председника Савета ЕУ) у Савету ЕУ постоји тзв. Тројка, тј. тројни систем председавања у коме учествује садашњи, претходи и будући председник Савета ЕУ. Састанци се одржавају редовно једном месечно, а по потреби и ванредна заседања. Седнице се могу сазвати на иницијативу председника Савета ЕУ, одређеног броја чланова Савета ЕУ или на иницијативу Европске комисије и одлуке се доносе једногласно или квалификованом већином. Квалификована већина је дефинисана већина двострука већина, апсолутна већина или на неки други начин дефинисана већина и то пондерисањем гласова чланица (на пример Немачка, Француска, Италија имају по 29 гласова, а Малта 4 гласа). Одлуке које се доносе једногласно (једна држава један глас) у вези су спољне, безбедоносне, пореске политике... Сви предлози Европске комисије морају добити сагласност од административних тела Савета ЕУ, после тога Савет ЕУ усваја ту одлуку без расправе.

Активности Савета ЕУ су веома важне, и то из следећих разлога:

- Као што је поменуто ова институција има законодавну функцију, усвајајући одлуке и правне акте на предлог Европске комисије;
- Усваја годишњи буџет ЕУ,
- Потписује споразуме између ЕУ и других земаља,
- Доноси одлуку о расписивању избора за Европски парламент,

- Доноси одлуке о промени броја чланова Европске комисије, општих правобранилаца и судија.

Европски савет,

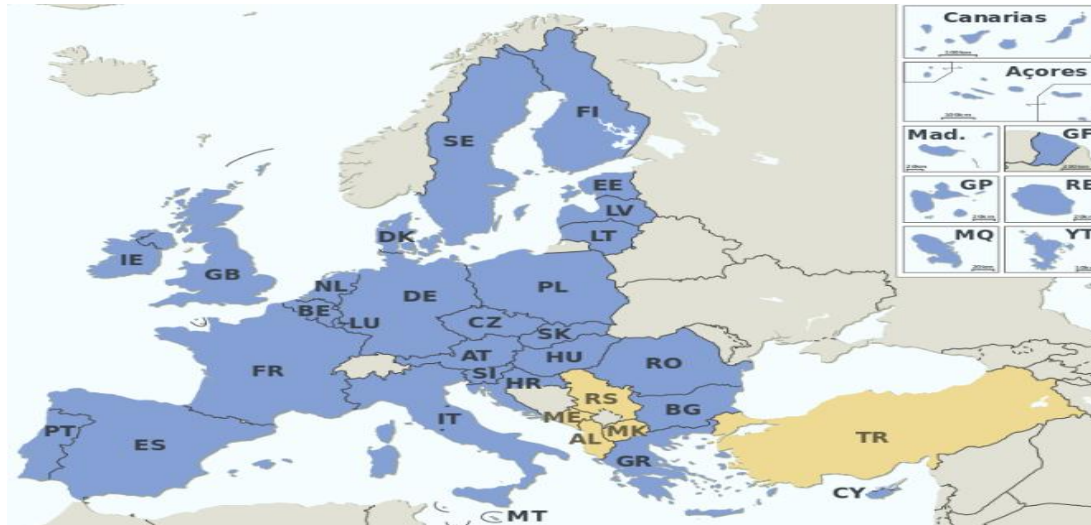
Европски савет је има веома велики значај у политичком смислу за ЕУ, па се може рећи да има политичку функцију. Организација Европског савета чине председник и чланови света. Председник Европског савета има задатак да обезбеди континуитет рада савета. Председник Европског савета је дужан да поред старања о континуитету рада да координира рад чланова у погледу обезбеђивања консензуса приликом гласања; такође обавеза председника савета је одржавање контакта са председником Европске комисије као и да предаје извештај о раду савета Европском парламенту после сваког одржаног састанка. Чланови Европског савета су шефови држава и влада земаља чланица; министри спољних послова; председник Европске комисије и високи представник ЕУ за спољне послове. Европски савет се састаје 4 пута годишње. Одлуке се доносе консензусом при чему у гласању не учествује председници Европске комисије и Европског савета. Доношење одлука Европског савета тј. смерница за институције ЕУ мора бити предходно потврђено од Савета ЕУ. Покретање било иницијатива из домена Европског савета мора бити усклађено/заједно са Европском комисијом.

Активности Европског савета имају велику важност за функционисање, и то из следећих разлога:

- Европски савет бира квалификованом већином министра спољних послова ЕУ. Изабрани министар спољних послова учествује у раду Европске комисије и Савета ЕУ и то у области послова везаних за спољну политику;
- Европски савет разматра кључна питања за ЕУ и то из области спољне и унутрашње политике, као и питања везана за безбедност ЕУ;
- Европски савет на својим састанцима доноси закључке који представљају смернице за рад осталим институцијама ЕУ, чиме усмерава рад ЕУ у жељеном правцу. Закључци/смернице Европског савета немају законодавни карактер већ пре свега политички карактер и као такве имају велики утицај на рад осталих институција ЕУ;
- Европски савет представља ЕУ на међународном плану у области спољне и безбедоносне политике.

Број земаља чланица ЕУ је 28, и као што се види то је један огроман систем са заједничким тржиштем преко 400 милиона становника. Британија је 2016. године одржала референдум о свом статусу у ЕУ тако да је покренут поступак изласка односне земље. Као

што је поменуто У ЕУ је 28 националних држава које имају своје интересе који су у појединим случајевима и супростављени тако да процес хармонизације код појединих питања није далеко одмакао. Натојање Европске уније је подизање конкурентности националних привреда как би ниво животног стандарда на простору ЕУ био што већи тако да ЕУ примењује стратегију развоја у два правца и то по „ширини и по дубини“ (пријемом нових чланица и унапређењем веза међу постојећим чланицама. У економској сфери може се рећи да је ЕУ постигла запажене резултате круна економске сарадње је стварање монетарне унија тј. заједничке валуте еуро.



Извор: <https://sr.wikipedia.org/sr>

Питања из остала два стуба ЕУ (безбедности, спољне политике, правне сарадње) имали су мање успеха јер су везане пре свега за националне интресе које се међусобно разликују. Однос ЕУ и Србије је суочен са решавањем економских и политичких питања. Економска питања се односе на развој „функционалне тржишне привреде и конкурентне економије“. Функционална тржишна привреда односе се на слободно деловање тржишних законитости. ЕУ од Р Србије тражи либерализацију пословног окружења, повећање покретљивост радне снаге, укидање монопола, регулисање монопола, укидање субвенција јавном сектору, повећање правне сигурности, смањење јавног дуга, буџетског дефицита... Што се тиче конкурентности привреде мисли се на оспособљавање српских предузећа да могу издржати конкурентску утакмицу предузећа из ЕУ. Политичка питања се односе пре свега на питање везано за јужну српску покрајину Косово и Метохију.