

Glava I – Klasične teorije međunarodne trgovine

Uvod

Ukoliko država ima zatvorenu privredu, tj. nema trgovine sa ostalim delom sveta, postoji prirodna veza između otuputa i dohotka.

U zatvorenoj privredi sva proizvedena finalna dobra ili usluge koja nisu kupljena od domaćinstava ili države, firme mogu koristiti za proizvodnju novih fabrika, opreme ili za zalihe, odnosno, sve što nije potrošeno od samog potrošača ili države firma može da upotrebi za rast investicija.

Output na nivou države se iskazuje putem dva agregata:

1. **Bruto domaći proizvod (BDP) – Gross Domestic Product (GDP)** – finalni rezultat privredne aktivnosti na teritoriji jedne države i čini ga ukupna vrednost i usluga proizvedenih na teritoriji jedne države u toku jedne godine. GDP predstavlja output koji je proizveden unutar granica jedne države u određenom periodu i u zatvorenoj privredi jednak je GNP. Može se dobiti na nekoliko načina:

- Sabiranjem bruto dodatne vrednosti svih privrednih jedinica rezidenata
- Zbrajanjem svih dohodaka u tekućoj proizvodnji (zarade zaposlenih, poslovni višak, amortizacija osnovnih sredstava) i posrednih poreza umanjениh za subvencije
- Sabiranjem vrednosti finalnih potrošnih dobara i usluga obračunatih po nabavnim cenama i umanjениh za vrednost uvoza dobara i usluga.

1. **Bruto nacionalni dohodak (BND) – Gross National Product (GNP)** – jednak zbiru GDP i neto dohotka koji je ostvaren iz ostalog dela sveta, tj. jednak je GDP uvećanom za dohotke koje su jedinice rezidenti primile od ekonomske aktivnosti ili svojine u inostranstvu, a umanjen za istu vrstu dohotka koji su isplaćeni jedinicama nerezidentima.

Izvoz je prodaja u inostranstvu dobara i usluga proizvedenih u domaćoj državi, a **uvoz** je prodaja na teritoriji domaće države proizvoda i usluga proizvedenih u inostranstvu. Izvoz je prenos vlasništva dobara jedne države nerezidentima drugih zemalja i obavljanje usluga rezidenata nerezidentima. Izvoz obuhvata kako dobra koja su prešla granicu date države i trajno napustila njenu teritoriju, tako i direktne kupovine dobara i usluga nerezidenata na teritoriji domaće države.

Uvoz je prenos vlasništva dobara i obavljanje usluga nerezidenata rezidentima. Uvoz obuhvata dobra koja su ušla na teritoriju domaće zemlje bez obzira da li su plaćena ili ne, uključujući i direktne kupovine dobara i usluga rezidenata od strane države.

Razvoj teorije međunarodne trgovine

Klasične teorije međunarodne trgovine su :

1. *Apsolutne prednosti* - Adam Smit – Država treba da se specijalizuje za proizvodnju i izvoz proizvoda kod kojih ima najniže troškove radne snage.

2. *Komparativne prednosti* - David Rikardo – Država treba da se specijalizuje za proizvodnju i izvoz proizvoda kod kojih ima najniže relativne troškove, odnosno kod kojih ima komparativne prednosti u odnosu na ostale učesnike u međunarodnoj razmeni.

3. *Faktorska proporcionalnost* - Heckscher-Ohlin – Država će izvoziti proizvod u kome se

intenzivno koristi faktor proizvodnje koji je relativno obiman i jeftin.

4. *Sličnost tražnje* – Linder – Kompleksnost i diversifikacija tražnje za proizvodima raste sa rastom nivoa dohotka i utiče na strukturu međunarodne trgovine. Najintenzivnije međusobno trguju države sa sličnim nivoom razvijenosti i približnim nivoom dohotka *per capita* (po glavi stanovnika) usled sličnosti tražnje. p

5. *Ciklus proizvoda* – Vernon – Zastarevanje tehnologije koja se koristi u proizvodnji određenog proizvoda utiče na promenu države koja ima komparativne prednosti u proizvodnji datog proizvoda.

6. *Imperfektnost tržišta i ekonomije* – Krugman – Imperfektnost tržišta faktora proizvodnje i samih proizvoda ima odlučujuć uticaj na promene u strukturi proizvodnje i međunarodne trgovine, uključujući i industrijsku razmenu.

7. *Konkurentska prednost država* – Porter – Kompleksno shvaćena inovaciona aktivnost i tehnologija determinišu konkurentsku prednost država.

Apsolutne prednosti

Adam Smit je u svom radu *An Inquire into the Nature and Causes of the Welth of nations* (*Rasprava o prirodi i uzrocima bogatstva naroda*) ili kraće *Bogatstv o naroda*

u objašnjenje osnovnih uzroka i efekata međunarodne trgovine uveo pojam *Apsolutnih prednosti*.

Njegov rad je bio deo klasične političke ekonomije i opšteg teorijskog okvira koji je tada razvijen, u čijoj osnovi je radna teorija vrednosti. Teorijski pristup Smitha međunarodnoj trgovini je pokušaj da se u borbi protiv merkantilizma uvede sloboda međunarodne razmene.

Do međunarodne trgovine će, prema njegovom shvatanju, doći usled apsolutne razlike u troškovima potrebnim za proizvodnju određenog proizvoda. **Apsolutne prednosti** služe za upoređenje pojedinaca, firmi i država koje učestvuju u proizvodnji određenog proizvoda. Proizvođač koji troši manje inputa, tj. ima niže troškove, za proizvodnju nekog proizvoda ima apsolutne prednosti u proizvodnji tog proizvoda.

Na apsolutnim prednostima se zasniva i međunarodna razmena, odnosno, pretpostavlja se istovetnost mehanizma unutrašnje i spoljne trgovine. Privreda će izvoziti one proizvode u kojima su njeni troškovi proizvodnje apsolutno niži nego u drugim privredama, a uvoziti one koje proizvodi uz apsolutno više troškove u odnosu na ostale privrede. Kao trošak koji je služio kao osnova razlikovanja između država bio je uloženi rad.

Apsolutnim prednostima je u savremenom razdoblju moguće objasniti zanemarljiv deo međunarodne razmene. Prema teoriji apsolutnih vrednosti, privreda koja nema ni kod jednog proizvođača niže troškove proizvodnje od ostalih učesnika na međunarodnom tržištu uopšte ne bi mogla da učestvuje u međunarodnoj trgovini. Pošto nema proizvoda koje može da izveze ona ne bi imala čime da plati uvoz. Rezultat bi bio zatvorena privreda.

Još u Smithovom vremenu uočeno je da **međunarodna razmena ima drugačiji tok od onog koji je pretpostavljen ovim pristupom** i da u međunarodnoj razmeni ne učestvuju samo države sa proizvodima koji se kod njih proizvode uz niže troškove.

Komparativne prednosti

Komparativne prednosti su osnovni koncept koji pomaže da se objasni kako razlike između država utiču na povećanje trgovine između njih i zašto takva trgovina može biti obostrano korisna. Ovaj model je dugo služio kao jedina osnova za objašnjenje međunarodne trgovine u celini, a u savremenom razdoblju u modifikovanom obliku se koristi za objašnjenje smao dela međunarodne trgovine.

Oportunitetni trošak jednog proizvoda je količina proizvodnje nekog proizvoda od čije je proizvodnje potrebno odustati da bi se oslobodili resursi potrebni za proizvodnju dodatne jedinice nekog drugog proizvoda.

Država ima komparativne prednosti u proizvodnji određenog proizvoda, ako je oportunitetni

trošak tog proizvoda u odnosu na ostale proizvode niži u toj nego u ostalim državama.

Zatvorena privreda

Kako privreda raspolaže ograničenim resursima izuzetno je važan izbor šta proizvoditi. U slučaju proizvodnje više proizvoda raspodela raspoloživih resursa je determinisana. Proizvodnja jednog proizvoda u određenom količini limitira mogućnosti proizvodnje ostalih.

Taj odnos se može ilustrovati **granicom proizvodnih mogućnosti (*linija PF*)**, koja pokazuje maksimalnu količinu proizvoda A (vina) koja se može proizvesti pri bilo kojoj datoj količini proizvoda B (sira), i obratno. Pri punoj zaposlenosti resursa kombinacije proizvodnje različitih količina vina i sira se nalaze na samoj liniji *PF*, a u slučaju nedovoljne zaposlenosti unutar polja koje ograničavaju koordinatne ose i prava linija *PF*. Promena proizvodnih mogućnosti se iskazuje pomeranjem linije *PF* prema koordinatnom početku (smanjenje) ili od koordinatnog početka (povećanje).

Granica proizvodnih mogućnosti države

Nagib krive predstavlja **marginalnu stopu transformacije**, tj. količinu proizvoda od čije proizvodnje treba odustati da bi se povećala proizvodnja drugog proizvoda za jedinicu.

Kriva proizvodnih mogućnosti ilustruje različite kombinacije proizvoda koje data privreda može proizvoditi.

U zatvorenoj privredi, bez međunarodne trgovine, pošto su oportunitetni troškovi jednaki odnosu produktivnosti u proizvodnji dva proizvoda, može se reći i da su relativne cene proizvoda jednake relativnim produktivnostima.

Otvorena privreda

Cene proizvoda na međunarodnom tržištu su determinisane ponudom i tražnjom.

Stanje svetske opšte ravnoteže zahteva jednakost relativne tražnje i relativne ponude u kojoj je svetska relativna cena determinisana tačkom preseka
Relativne krive tražnje (RD) i Relativne krive ponude (RS).

Obe države ostvaruju koristi od trgovine koje se mogu iskazati na dva načina.

Specijalizacija i trgovina su obostrano korisne ako trgovinu posmatramo kao indirektni metod proizvodnje. Domaća država može proizvoditi vino direktno, ali trgovina sa stranom državom omogućava da „proizvodi“ vino tako što će proizvoditi sir i zatim ga razmenjivati za vino. Ovaj indirektni metod „proizvodnje“ određene količine vina je efikasniji metod od direktne proizvodnje. Kod strane države je obrnuto. Iz toga možemo zaključiti da obe države ostvaruju koristi od direktne proizvodnje proizvoda u čijoj proizvodnji imaju komparativne prednosti i indirektnu „proizvodnju“, tj. trgovine proizvoda u čijoj proizvodnji nemaju komparativne prednosti.

Drugi način da se iskaže obostrana korist od međunarodne trgovine za države učesnice je analiza efekata koje ona ima na mogućnosti potrošnje datih država. Kada je trgovina prisutna, svaka privreda može trošiti različite kombinacije proizvoda od one kombinacije koju sama proizvodi.

Empirijska verifikacija komparativnih prednosti – Krugman&Obstfeld:

- Pretpostavka o visokom stepenu specijalizacije, čak ekstremnom, kad svaka od zemalja proizvodi samo jedan proizvod se ne može naći u realnom svetu.
- Model zanemaruje snažan uticaj međunarodne trgovine na distribuciju dohotka unutar države, pretpostavljajući da država kao celina uvek ima koristi od trgovine.
- Zanemaruje se uloga razlike u resursima između država kao uzrok trgovine.
- Zanemaruje se moguća uloga ekonomije obima kao uzroka trgovine, što onemogućava da se objasni najveći deo trgovine u savremenom periodu.

Iako je danas modelom komparativnih prednosti moguće objasniti mali deo svetske trgovine i uzroke i posledice međunarodne razmene, **značajne su dve implikacije:**

1. Razlike u produktivnosti imaju značajnu ulogu u međunarodnoj trgovini;
2. Komparativne, a ne apsolutne prednosti su osnova međunarodne trgovine.

Glava II – Heckscher-Ohlinov model

Teorija prema kojoj resursne razlike između država imaju najznačajniji uticaj na međunarodnu trgovinu je jedna od najvažnijih teorija u međunarodnoj ekonomici. Razvijena je od strane dvojice švedskih ekonomista F. Heckscher i B. Ohlin, zbog čega se i zove **Heckscher-Ohlinova teorija**.

Pošto ova teorija pretpostavlja međusobnu vezu i uticaj između proporcija u kojima su različiti faktori proizvodnje raspoloživi u različitim državama i proporcija u kojima se oni koriste u

proizvodnji različitih dobara naziva se takođe i
proporcionalnosti

teorija faktorske

Zatvorena privreda

Definicija intenzivnosti zavisi od količnika resursa upotrebljenih u proizvodnji zemlje prema radu, a ne od količnika zemlje ili rada prema outputu.

Odnos faktorskih cena i cena proizvoda ima snažne distribucione efekte. Prema **Stopler-Samu elsonovom efektu**

,
vlasnici faktora proizvodnje koji se intenzivnije koriste u proizvodnji proizvoda čija cena raste imaju dobit, dok ostali imaju gubitak. Shodno tome, u međunarodnoj razmeni u uslovima slobodne konkurencije vlasnici onih faktora proizvodnje kojima država relativno obiluje ostvaruju dobit, a vlasnici relativno oskudnog faktora proizvodnje gubitak.

Resursi i output

U konvencionalnom pristupu analizi alokacije resursa u privredi sa dva faktora koristimo boks dijagram. Širina boksa predstavlja ukupnu ponudu rada u privredi, visina boksa je ukupna ponuda zemlje. Alokacija resursa između dve privredne delatnosti može se predstaviti nekom tačkom unutar boksa (tačka **1**). Upotreba rada i zemlje se mere kao horizontalna i vertikalna distanca od tačke O_c , tako da u tački **1** $O_c L_c$ predstavlja rad upotrebljen u proizvodnji platna, a $O_c T_c$ predstavlja zemlju upotrebljenu u proizvodnji platna. Inputi u proizvodnji hrane se mere na

O_c

T_c

O_c

predstavlja zemlju upotrebljenu u proizvodnji platna. Inputi u proizvodnji hrane se mere na

analogan način: O

F
L

F
predstavlja rad, a O

F
T

F
predstavlja zemlju upotrebljenu u proizvodnji hrane.

Alokacija resursa

O C

O F

Rast

Rad upotrebljen u proizvodnji hrane

Resursi i proizvodne mogućnosti

Pomeranje krive proizvodnih mogućnosti od TT^1 ka TT^2 omogućava veću proizvodnju oba proizvoda, nego pre povećanja ponude zemlje. Pomeranje krive je disproporcionalno, odnosno veće je na strani hrane nego platna. Ovo je pristrasna ili neravnomerna ekspanzija proizvodnih mogućnosti, kada se granica proizvodnih mogućnosti pomera u jednom smeru više nego u drugom. U ovom slučaju je ekspanzija znatno pristrasnija za proizvodnju hrane. Ukupna proizvodnja se, uz nepromenjene relativne cene proizvodnje, pomera od tačke 1 na tačku 2, što podrazumeva pad outputa proizvodnje platna sa Q_1

1

C
na Q_1

2

C
i veliko povećanje outputa proizvodnje hrane sa Q_1

1

F
na Q_1

2

F
. Ovo je uočio i objasnio poljski ekonomista Rybenzynski.

Rybezynski efekat je pojava kada imamo pristrasnu ili neravnomernu ekspanziju mogućnosti, kada se granica proizvodnih mogućnosti pomera više u jednom smeru nego u drugom i tada je pomeranje krive disproporcionalno.

Neravnomernost efekta povećavanja resursa na proizvodne mogućnosti je osnova za razumevanje kako razlike u raspoloživosti resursa utiču na rast međunarodne trgovine. Rast ponude temelje je povećao proizvodne mogućnosti disproporcionalno u korist proizvodnje hrane, dok bi rast ponude rada povećao proizvodne mogućnosti disproporcionalno u korist proizvodnje platna. Za provredu sa visokim količnikom zemlje prema radu bilo bi relativno bolje da proizvodi hranu nego za privredu koja ima nizak količnik zemlje i rada.

Privreda će biti relativno efikasnija u proizvodnji dobara koja intenzivnije koriste faktore proizvodnje u kojima država obiluje.

Otvorena privreda

Prema Heckshcer-Ohlinovoj teoriji u otvorenoj privredi država će izvoziti proizvod u kome je intenzivno korišćen faktor proizvodnje kojim ona relativno obiluje.

Trgovina i distribucija dohotka

Trgovina podstiče konvergenciju relativnih cena. Promene imaju veoma snažan uticaj na relativni dohodak rada i zemlje. Rast cene platna utiče na rast kupovne snage rada kod oba dobra, dok smanjuje kupovnu moć zemlje kod oba proizvoda. Rast cene hrane ima suprotan efekat. Međunarodna trgovina, na taj način, ima jak uticaj na distribuciju dohotka.

Faktor proizvodnje čija je ponuda relativno velika (rad u domaćoj, zemlja u stranoj državi) je obilan faktor u toj državi, a resurs sa relativno malom ponudom (zemlja u domaćoj, rad u stranoj državi) je oskudan faktor. **Generalni zaključak o uticaju međunarodne trgovine na distribuciju dohotka** je da *vlasnici faktora kojim država obiluje ostvaruju dobitke od trgovine, a vlasnici faktora koji je oskudan u datoj državi ostvaruju gubitak.*

Izjednačavanje faktorskih cena

Značajan broj autora je, u rešavanju problema izjednačavanja cena faktora proizvodnje u raznim državama posredstvom mehanizma međunarodne trgovine, koristio Heckscher-Ohlinov model kao metodološku osnovu. **Paul Samuelson** je upravo u toj oblasti napravio značajnu dopunu Heckscher-Ohlinovog modela međunarodne trgovine, i zbog toga se ovaj model često naziva Heckscher-Ohlin-Samuelsonov model. Prema njemu, *međunarodna trgovina će dovesti do približnog izjednačavanja relativnih i apsolutnih prihoda homogenih faktora proizvodnje u različitim zemljama.*

U stvarnosti, svetske faktorske cene nisu izjednačene. Cena rada po satu je veoma različita u različitim državama. Dok je deo razlika rezultat različitog kvaliteta radne snage, ostatak se ne može objasniti isključivo na toj osnovi. **Do izjednačavanja faktorskih cena u stvarnosti ne dolazi zbog** *neostvarivanja ključnih pretpostavki modela* (Krugman, Obsveld):

1. *Obe zemlje proizvode oba proizvoda* – ovo ne mora biti tačno. Država koja ima veoma visok količnik rada prema zemlji će proizvoditi samo platno. Država koja ima veoma visok količnik zemlje prema radu će proizvoditi samo hranu – to znači da će se izjednačavanje faktorskih cena ostvariti jedino ako države imaju dovoljno sličnu relativnu faktorsku oblast. Do izjednačavanja faktorskih cena između država neće doći ako je radikalno različiti količnik kapitala prema radu i stručnog prema nestručnom radu.

2. *Pretpostavka o izjednačavanju faktorskih cena neće se održati ako države imaju različite tehnologije proizvodnje* – npr. država sa superiornom tehnologijom može imati višu cenu rada i cenu zemlje nego zemlja sa inferiornom tehnologijom. Razlike u tehnologijama proizvodnje su od ključnog značaja za usaglašavanje modela faktorske proporcionalnosti sa

aktuelnim podacima o svetskoj trgovini.

3. *Pretpostavka o komplementnom izjednačavanju faktorskih cena zavisi od komplementne konvergencije cena proizvoda* – u realnom svetu cene proizvoda se ne izjednačavaju potpuno putem međunarodne trgovine, to je posledica prirodnih barijera trgovini (npr. transportni troškovi) i ostalih barijera kakve su carine, uvozne kvote i druge restrikcije.

Empirijske verifikacije – Američka privreda

SAD su na vrhu razvijenih država prema količniku kapitala i rada u proizvodnji. U skladu sa rezultatima Heckscher-Ohlinovog modela SAD bi trebalo da budu izvoznik kapitalno-intenzivnih proizvoda i uvoznik radno-intenzivnih proizvoda. Empirijsko istraživanje međunarodne trgovine SAD, koje je izvršio Leontief, je pokazalo da analiza stvarnih podataka nije dala rezultate u skladu sa teorijskim očekivanjima. Izvoz SAD je bio manje kapitalno-intenzivan od uvoza američke privrede, a taj rezultat je poznat kao **paradoks Leontiefa** je najznačajniji empirijski dokaz protiv teorije faktorske proporcionalnosti. Uzimajući u obzir prigovore koji su se odnosili na metodologiju primenjenu u radu, Leontief je izvršio još jedno empirijsko proveravanje, čiji su rezultati potvrdili ranije ustanovljeni paradoks.

Glava III – Standardni model trgovine

Osnovni model

Standardni model je razvijen polazeći od četiri osnovna odnosa:

1. *Odnos između granice proizvodnih mogućnosti i relativne krive ponude;*
2. *Odnos između relativnih cena i relativne ponude;*

3. 3. Svetska ravnoteža je determinisana svetskom relativnom ponudom i svetskom relativnom tražnjom;

4. 4. Efekat odnosa razmene - *Terms of Trade* (cena izvoza države podeljena sa cenom njenog uvoza) *na blagostanje države*

Proizvodne mogućnosti i relativna ponuda

Vrednost outputa se može indicirati putem niza **izovrednosnih linija**, odnosno linija duž kojih je vrednost outputa konstantna. Svaka od tih linija je definisana jednačinom

$$\frac{C}{Q_C} + \frac{F}{Q_F} = \frac{V}{P}, \text{ ili } \frac{C}{Q_C} = \frac{V}{P} - \frac{F}{Q_F}, \text{ gde je}$$

V
vrednost outputa.

Izovrednosna linija koja je udaljenija od koordinatnog početka odgovara većoj vrednosti outputa. Nagib izovrednosne linije je određen negativnom cenom platna.

Relativne cene determinišu output privrede

Relativne cene i tražnja

Tačka izbora, ravnoteže na nivou privrede, zavisi od preferencija potrošača koje se grafički mogu prikazati putem niza krivih indiferencije. **Kriva indiferencije** predstavlja skup kombinacije potrošnje platna i hrane, koje na isti način zadovoljavaju preferencije individualnog potrošača.

Proizvodnja, potrošnja i trgovina

Kriva indiferencije ima negativan nagib, jer smanjenje potrošnje jednog rezultira povećanjem

potrošnje drugog proizvoda, i obratno. Sa pomeranjem krive indiferencije naviše i desno od koordinatnog početka povećava se mogućnost zadovoljavanja potrošačkih zahteva, jer se količine oba proizvoda povećavaju. Kriva indiferencije postaje ravnija sa kretanjem u desno. Viša potrošnja C će se kompenzovati manjom potrošnjom F . Potrošnja na nivou privrede će biti u tački u kojoj izovrednosna linija ima maksimalnu vrednost, a to je tačka u kojoj je izovrednosna linija tangenta na najvišu dostupnu krivu indiferencije. Kako ravnotežne tačke proizvodnje i potrošnje nisu iste, privreda će izvoziti platno (proizvodnja platna je viša od potrošnje) i uvoziti hranu (proizvodnja hrane je manja od potrošnje).

Privreda može da poveća potrošnju oba proizvoda iako je smanjila proizvodnju jednog od njih. To utiče na rast blagostanja u datoj privredi. Ovaj efekat se naziva **dohodovni efekat** i on iskazuje težnju da se poveća potrošnja oba proizvoda.

Sa druge strane, promena relativnih cena utiče na pomeranje duž krive indiferencije u korist hrane, a na štetu platna, relativna tražnja za platnom bi se smanjila i to se naziva **substitucioni efekat** (količni k relativne potrošnje platna u odnosu na hranu pada, relativna tražnja platna se smanjuje).

Generalni zaključak: *rast odnosa razmene povećava blagostanje države, a pad ga smanjuje.*

Ekonomski rast i trgovina

Ekonomski rast u samoj privredi može biti dobar za domaću privredu, jer znači povećanje tržišta za njen izvoz. Na drugoj strani, rast u stranoj zemlji može biti loš za domaću, jer može značiti povećanje konkurentnosti za njene izvoznike. Rast proizvodnih kapaciteta privrede će biti vredniji ako država može deo svoje povećane proizvodnje da proda na svetskom tržištu. Na drugoj strani, koristi od rasta mogu biti prenesene na stranu zemlju u obliku nižih cena izvoznih proizvoda, jer su se odnosi razmene za domaću državu pogoršali za njen izvozni proizvod.

Ekonomski rast znači pomeranje granice proizvodnih mogućnosti zbog rasta raspoloživih

resursa u državi ili efikasnijeg korišćenja postojećih resursa.

Uticaj međusobne trgovine na rast se iskazuje tipično neravnomernim razlom u kome se granica proizvodnih mogućnosti pomera više u jednom pravcu nego u drugom.

Do neravnomernog rasta dolazi kada tehnološki progres u jednom sektoru privrede povećava proizvodne mogućnosti za proizvodnju proizvoda tog sektora više nego kod proizvoda drugog sektora ili kada dođe do povećanja ponude raspoloživih faktora na nivou države (usled štednje i investicija).

Rast disproportionalno povećava mogućnosti u korist proizvoda koji data država izvozi, ako je rast neravnomeran u korist izvoza, a u korist proizvoda koji data država uvozi ako je neravnomeran u korist uvoza.

Izvozno-orijentisan rast utiče na pogoršavanje odnosa razmene države u korist ostalog dela sveta.

Uvozno-orijentisan rast utiče na poboljšanje odnosa razmene države na račun ostalog dela sveta.

Međunarodni transfer dohotka

U prošlosti transfer dohotka između država često se dešavao kao posledica ratova. Na važna **pitanja uticaja međunarodnog transfera dohotka**

na odnose razmene država učesnica ukazala diskusija

Keynesa i Ohlina (1929)

o efektima koje bi plaćanje reparacija od strane Nemačke nakon I svetskog rata trebalo da ima na njenu privredu.

Transfer dohotka pogoršava odnose razmene države davaoca ako ona ima višu marginalnu sklonost potrošnje svog izvoznog proizvoda od države koja je primalac transfera.

Ako država davalac ima manju marginalnu sklonost potrošnje svo izvoza, njeni odnosi razmene će se poboljšati. Dakle – rezultat analize je paradoksalan. Bolje je biti primalac nego davalac transfera. Efekti reparacija i strane pomoći na odnose razmene se mogu iskazati na razne načine. Dok je Ohlin bio u pravu u pogledu osnovnih postulata, Keynes je bio u pravu kada je pretpostavio da transferi utiču na to da efekat odnosa razmene bude pojačan u odnosu na originalni efekat na dohodak obe zemlje, i države primaoca i države davaoca.

Carine i izvozne subvencije

Uvozne carine (opterećenje uvoza) i izvozne subvencije (plaćanja domaćim proizvođačima koji prodaju robu u inostranstvu)

imaj

u uticaj na odnose razmene koji se može analizirati putem standardnog modela trgovine. Pomoću uvoznih carina i izvoznih subvencija, kao državne intervencije u trgovini, kreira se razlika između cena po kojim se određeni proizvodi prodaju na domaćem i stranom tržištu. Direktan efekat carine je da čine uvozni proizvod skupljim na domaćem nego na stranom tržištu. Direktan efekat izvozne subvencije je da podstiče domaće proizvođače da izvoze svoje proizvode. Iako je domaća cena niža od strane, putem subvencija cena u inostranstvu postaje viša od domaće. Promene cena koje su izazvane primenom carina i subvencija menjaju relativnu ponudu i relativnu tražnju, a rezultat je promena odnosa razmene države.

Carine i subvencije stvaraju razliku između cena po kojima se proizvodi prodaju na stranom tržištu (**eksterne cene**) i cena po kojima se proizvodi prodaju na domaćem tržištu (**interne cene**). Kako su odnosi razmene određeni količnikom razmene proizvoda između zemalja, oni su f-ja eksternih cena.

Odnosi razmene će biti povoljniji (koristi veće od štete) sve dok carine nisu visoke, odnosno ako se kreću oko optimalne carine kojom se maksimizuju neto dobiti. Teorijski, za male države to ne može imati veliki uticaj na odnose razmene i optimalna carina treba da se kreće oko nule.

Efekat izvoznih subvencija je jasniji. One poboljšavaju odnose razmene strane i pogoršavaju odnose razmene domaće države. U isto vreme, domaća država gubi zbog pogoršanja odnosa razmene i zbog negativnog efekta te politike. Korišćenje izvoznih subvencija je više sredstvo politike, nego ekonomski opravdano sredstvo.

Mogućnost drugačijeg efekta od očekivanog, carina i subvencija na internu cenu proizvoda u datoj državi se naziva **Metzlerov paradoks**. Ovaj paradoks ima u osnovi isti status kao osiromašujući rast i transfer koji pogoršava poziciju primaoca, tj. on je teorijska mogućnost koja se u stvarnosti dešava retko, uz ispunjenje vrlo strogih uslova.

Glava IV – Ekonomije obima i imperfektna konkurencija

Rastući prinosi, interne i eksterne ekonomije obima

U ranijim teorijskim pristupima međunarodnoj trgovini polazilo se od pretpostavke o konstantnim prinosima (povećanje inputa i outputa je srazmerno), potpune konkurencije i nepostojanja monopolskog profita. Međutim, u uslovima rastućih prinosa (output proizvodnje se povećava više od inputa proizvodnje) velike firme obično imaju prednosti u odnosu na male i teže da dominiraju tržištem, bilo samostalno (**monopol**) ili u grupi (**oligopol**). Postojanje imperfektna konkurencije na tržištu podrazumeva egzistiranje kompanija koje su dovoljno velike da mogu da utiču na cene na tržištu u celini.

Ekonomije obima mogu biti interne i eksterne.

Eksterne ekonomije obima se javljaju kada troškovi po jedinici proizvoda zavise od veličine privredne delatnosti u kojoj pojedinačna firma obavlja svoju delatnost, a ne bezuslovno od

veliĉine bilo koje firme pojedinaĉno.

Interne ekonomije obima se

javljuju kada troškovi po jedinici outputa zavise od veliĉine same firme, a ne nužno od veliĉine privredne delatnosti u kojoj ona obavlja svoju poslovnu aktivnost.

Eksterne i interne ekonomije obima imaju razliĉite implikacije na privrednu strukturu. Ako su ekonomije obima iskljuĉivo eksterne (nema prednosti za velike firme) privredna struktura se sastoji od mnogo malih firmi i perfektno je konkurentna. Interne ekonomije obima stvaraju troškovne prednosti za velike u odnosu na male firme i teŹe ka imperfektno konkurentnoj trŹišnoj strukturi.

Imperfektna konkurencija

Na perfektnom trŹištu (konstantni prinosi) ima mnogo prodavaca i kupaca od kojih nijedan ne reprezentuje dovoljno velik deo trŹišta. Firme prodavci i usluga smatraju da moraju prodavati svoje proizvode po tekućim cenama na koje nemaju uticaja – **price takers**.

Na imperfektnom trŹištu (rastući prinosi) firme su svesne da mogu direktno uticati na cene svojih proizvoda i da veću koliĉinu proizvoda mogu prodavati samo ako se smanje njihove cene – **price setters**.

Monopol

Marginalni prihod je ekstra ili dodatni prohod koji firma ostvaruje prodajom dodatne jedinice proizvoda. Za monopolistiĉku firmu marginalni proizvod je uvek manji od cene.

Monopolista će maksimizirati svoj profit kada je marginalni prihod (prihod od prodaje dodatne jedinice proizvoda) jednak marginalnom trošku (trošak proizvodnje dodatne jedinice proizvoda). Za razliku od uobiĉajene definice profita kao viška prihoda nad rashodima, monopolistiĉki profit podrazumeva samo prihode koji se kreću iznad normalne stope prinosa, tj. ako su prinosi na kapital firme viši od prinosa koji bi taj kapital ostvario u drugim privrednim delatnostima.

Monopolistička konkurencija

Monopolistička konkurencija je specijalni slučaj oligopola, koji je jednostavniji za analizu.

Model monopolističke konkurencije je prvi korak ka analizi uloge ekonomije obima u međunarodnoj trgovini. U modelima monopolističke konkurencije dve ključne pretpostavke se odnose na problem međuzavisnosti:

1. Pretpostavlja se da je svaka firma sposobna da proizvodi proizvode diferencirane u odnosu na svoje rivale. **Diferencijacija proizvoda** obezbeđuje da svaka firma ima monopol nad određenim proizvodom unutar privredne delatnosti i na taj način se, u izvesnom smislu, izoluje od konkurencije. Postoje tri vrste diferencijacije proizvoda :
 2. Horizontalna – svi proizvodi imaju slična ključna obeležja, uz njihovu kombinaciju u različitim proporcijama koja potrošačima omogućava različiti stepen preferencije prema pojedinim varijantama.
 3. Vertikalna – razlikovanje proizvoda po osnovu kvaliteta.
 4. Tehnološka – osnov razlikovanja je tehnološki progres u različitim fazama inovacionog i proizvodnog lanca.
1. **Svaka firma po pretpostavci** polazi od cena svojih rivala kao datih, tj. zanemaruje uticaj vlastite cene na cene ostalih firmi.

Modeli monopolističke konkurencije polaze od toga da se svaka firma u suočavanju s konkurencijom i ponaša kao monopolista.

Ekonomije obima i komparativne prednosti

Model monopolističke konkurencije se sastoji iz dva dela. Postoji dvosmerna trgovina unutar sektora prerađivačke industrije.

Razmena proizvoda unutar iste privredne delatnosti, tj. razmena proizvoda jedne delatnosti za proizvode iste delatnosti se naziva **Intraindustrijska trgovina**.

Razmena proizvoda između privrednih delatnosti, tj. razmena proizvoda jedne delatnosti za proizvode druge delatnosti se naziva **Interindustrijska trgovina**.

Četiri su zaključka o oblicima trgovine između dve države:

1. *Interindustrijska trgovina odražava značaj modela komparativnih prednosti.* Domaća država, koja obiluje kapitalom, je neto izvoznik kapitalno-intenzivnih proizvoda i neto uvoznik radno-intenzivnih proizvoda.

2. *Intraindustrijska trgovina odražava značaj ekonomija obima kao nezavisni izbor međunarodne trgovine.* Iako države imaju isti ukupan odnos kapitala i rada, njihove firme će proizvoditi diferencijalne proizvode i zajedno sa potrošačkom tražnjom za stranim proizvodima će generisati razmenu unutar iste privredne delatnosti. Ekonomije obima će uticati na to da države učesnice u trgovini proizvode smao određen broj proizvoda, a ne sve neophodne.

3. *Oblik intraindustrijske proizvodnje sam po sebi je nepredvidiv.* Ono što je poznato je da države proizvode diferencirane proizvode. Pošto istorija i slučaj determinišu deo oblika razmene, nepredvidiva komponenta je njegovo neizbežno obeležje u svetu u kome su ekonomije obima značajne. Nepredvidivost nije potpuna. Dok određivanje oblika intraindustrijske trgovine unutar neke privredne delatnosti sadrži elemente arbitrarnosti, dotle je model trgovine između privrednih delatnosti determinisan različitostima između država.

4. *Relativni značaj ove intra i interindustrijske trgovine zavisi od toga koliko sličnosti imaju države koje trguju.* Ako su domaća i strana država slične po svom količniku kapitala i rada, intraindustrijska trgovina zasnovana na ekonomijama obima će biti dominantna. Ako je

količnik kapitala i rada veoma različit, trgovina će dominantno biti zasnovana na interindustrijskom obrascu i komparativnim prednostima.

Značaj intraindustrijske trgovine

Intraindustrijska trgovina, posmatrana kao dvosmerna razmena dobara unutar standardne klasifikacije privrednih delatnosti, čini oko jedne četvrtine svetske trgovine. Intraindustrijska trgovina ima posebno značajnu ulogu u trgovini proizvodima prerađivačke industrije između država čije su privrede visoko razvijene i koja obuhvata najveći deo svetske trgovine. Tokom vremena visoko razvijene države su pokazivale rastuću slučajnost između svojih tehnoloških nivoa i raspoloživosti kapitalom i stručnim radom.

Standardni obrazac za računanje značaja intraindustrijske trgovine unutar date privredne delatnosti je **Gruber-Lloydov indeks intraindustrijske trgovine**

$I = 1 -$

X i M su vrednosti izvoza za posmatranu delatnost ili grupaciju proizvoda, a izraz u brojiocu količnika je apsolutna vrednost trgovinskog bilansa. **Vrednost I se nalazi između 0 i 1.** Vrednost **$I=0$**

je za slučaj kada nema intraindustrijske razmene, odnosno kada država samo uvozi ili izvozi proizvod koji se meri. Kada izvoz i uvoz unutar iste delatnosti ili grupe proizvoda imaju jednaku vrednost, indeks intraindustrijske razmene ima maksimalnu vrednost

$I=1$

, a interindustrijske razmene nema.

Damping

Na imperfektnom tržištu firme često prave diferencijaciju između cena po kojima proizvode prodaju na domaćem i stranom tržištu. Ta praksa se naziva *cenovna diskriminacija*, a najzastupljeniji oblik cenovne diskriminacije u međunarodnoj trgovini je damping.

Damping je cenovna praksa u kojoj firma svoje proizvode prilikom izvoza nudi po nižoj ceni nego kada bi te iste proizvode prodavala na domaćem tržištu. Damping je kontroverzno pitanje u trgovinskoj politici, koje se uobičajeno tretira kao nefer praksa i predmet je posebnih pravila i kaznene politike.

Damping je moguć uz ispunjavanje dva uslova:

1. Delatnost mora biti imperfektno konkurentna;
2. Tržište mora biti segmentirano tako da domaći rezidenti ne mogu lako da kupe dobra namenjena izvozu.

Kada su ova dva uslova ispunjena monopolistička firma može proceniti da je profitabilno upustiti se u damping.

Damping se generalno doživljava kao nefer praksa u međunarodnoj trgovini. Zbog toga pojedine države zakonski sankcionišu takvu praksu automatskim uvođenjem carina u slučaju otkrivanja dampinga.

Eksterne ekonomije i međunarodna trgovina

Eksterne ekonomije obima se mogu iskazati na nivou privredne delatnosti, a ne samo na nivou

pojedinačne firme. U tom slučaju se govori o eksternim ekonomijama obima. Teorijski pristup eksternim ekonomijama se zasniva na analizi koju je u XIX veku dao **A. Marshall**. On je poseban značaj pridavao

industrijskim distriktima

, oblastima u kojima postoji geografska koncentracija industrijskih delatnosti koju nije lako objasniti prirodnim resursima. Moderni primeri eksternih ekonomija se susreću u različitim delatnostima kao što je koncentracija poluprovodničke industrije u Silicijumskoj dolini u Kaliforniji, filmska industrija u Holivudu, investiciono bankarstvo u Njujorku.

Prema Marshall-u, postoje tri ključna razloga zbog kojih grupe, klasteri firmi mogu biti efikasnije od pojedinačnih firmi:

1. Sposobnost klastera da podrže *specijalizovane dobavljače*, jer u mnogim delatnostima proizvodnja dobara i usluga zahteva korišćenje specijalizovane opreme i specijalizovanih srevisa koje je lakše obezbediti ako se radi o grupi firmi, nego o pojedinačnoj firmi.

2. Klasteri firmi mogu da kreiraju *integrisano tržište* za radnike sa visoko specijalizovanim znanjima i stručnošću, što omogućava firmama koje imaju brz rast da relativno lako dođu do potrebne radne snage, a radnicima sa visokom stručnošću da relativno lako reše problem nezaposlenosti i prelaska s jednog radnog mesta na drugo.

3. U oblasti znanja, kao jednog od najvažnijih resursa savremene privredne delatnosti, važni su *efekti prelivanja znanja*, jer se do tehnološkog napretka i novih tehnologija stiže vlastitim ulaganjima u naučno-istraživačku delatnost, ali i bez vlastitog ulaganja neformalnom razmenom ideja i informacija.

Glava V – Ekonomije obima i imperfektna konkurencija

Privreda i konkurentska prednost

Globalna strategija, koja je nužan uslov konkurentskih prednosti pojedinačnih subjekata i privreda u celini, znači i prodaju i kupovinu pod najpovoljnijim uslovima na svetskom, globalnom tržištu. To nije isto što i obično poslovanje širom sveta.

Privrede država uspevaju na međunarodnom tržištu u onim privrednim granama i njihovim segmentima u kojima domaće prednosti dožive i međunarodnu verifikaciju, odnosno, onim granama i segmentima čija unapređenja i inovacije uspevaju da aproksimiraju zahteve, uspostavljene norme i standarde međunarodnog tržišta.

Konkurentnost na međunarodnom planu zahteva od firme da lokalne pozicije i prednosti pretvore u globalne, nacionalne u internacionalne, da domaće prednosti ujednačavaju i ojačavaju globalnom strategijom, u kojoj će u punoj meri biti uvažavani i zapošljavani, pre svega, relativni lokalni resursi. Inovacije, posebno neke, utiču na stvaranje konkurentskih prednosti kada firma svoju proizvodnu aktivnost usmerava ka nekoj potpuno novoj potrebi kupaca ili zadovoljavanju potreba nekog tržišnog segmenta kojeg su konkurenti, iz različitih razloga, zanemarili.

Konkurentske prednosti koje su jednom postignute, stečene i verifikovane kao internacionalne pozicije u globalnom sistemu proizvodnje, održavaju se i unapređuju putem stalnog traganja za iznalaženje novih ili boljih načina poslovanja ili stalne promene ponašanja firme u sklopu opšteg, strateškog konteksta delovanja.

Prema Porteru, postoji nekoliko najtipičnijih inovacija koje menjaju konkurentsku prednost ekonomskog agensa:

1. Nove ili promenjene tehnologije;
2. Nove ili promenjene potrebe kupaca;
3. Neophodnost novih privrednih segmenata;
4. Promenjeni inputi troškova ili koristi;
5. Promene u upravljačkoj funkciji.

Dijamant konkurentskih prednosti

Odgovor na pitanje zašto neka država postiže međunarodni uspeh u nekoj privrednoj grani ili segmentu, prema Porteru, leži u **četiri globalna atributa** od kojih zavisi stimulativnost okruženja u kojem se lokalne firme takmiče:

1. *1. Faktor uslova* – položaj zemlje u pogledu proizvodnih faktora, kao što su kvalifikovana radna snaga ili infrastruktura, neophodnih za konkurenciju u datoj delatnosti.
2. *2. Tražnja* – priroda domaće potražnje za proizvodima i uslugama privrednih grana.
3. *3. Srodne i prateće industrijske grane* – prisustvo ili odustvo međunarodno konkurentnih dobavljača i srodnih privrednih grana na domaćem terenu.
4. *4. Strategija, struktura i suparništvo firmi* – uslovi pod kojima se u zemlji određuje način stvaranja preduzeća, njihova organizacija i način na koji se njima upravlja i priroda domaće konkurencije.

Postoje još **dve dodatne varijable**:

1) *Slučaj* -

2) *Državna uprava*.

Bazični faktori koji utiču na međunarodnu konkurentnost i koji su posebno značajni u tradicionalnim privrednim delatnostima su: prirodni faktori, klima, lokacija, stručna radna snaga i raspoloživost dužničkog kapitala.

Konkurentski faktori koji odlučujuće utiču na konkurentnost u modernim privrednim delatnostima su: raspoloživost elektronskih uređaja i opreme i komunikacione infrastrukture, visoko obrazovana radna snaga, visoka ulaganja u nauku i istraživački rad itd.

Porter smatra da država ima najviše izgleda za uspeh u onim privrednim granama ili segmentima u kojima su najpovoljniji **dijamanti**, izraz koji koristi da bi označio odrednice sistema koje se međusobno podržavajući podupiru u ostvarivanju najpovoljnijih rezultata za sistem kao celinu.

O tendenciji koncentracije ekonomskih procesa i agenasa

Zgušnjavanje i koncentracija svih segmenata proizvodnje neke grupe proizvoda na užem teritorijalnom području, koje može biti deo nekog nacionalnog prostora, obihvatiti ga u celini ili se odnositi na delove teritorije dvaju ili više nacionalnih ekonomskih područja, može dovesti do koncentracije proizvodnog potencijala određenog tipa na užem geografskom prostoru. Na taj način se vrši povezivanje funkcionalne homogenosti sa teritorijalnom integrisanošću. Kombinuju se elementi integralno-teritorijalnog i funkcionalno-transverznog razvojnog koncepta i stvaraju teritorijalni segmenti u kojima je koncentracija, intenzitet i integrisanost reprodukcioni procesa najveća i koja su svojevrsni artikulatori, jezgra razvojnog procesa, ***polovi rasta i razvoja***.

Geografska i funkcionalna koncentracija konkurentskih privrednih delatnosti pojačava značaj konkurentskih preduzeća, gradova i regiona. Koncentracija se vrši u segmentima razvojnih polova, dijamanta, ili u polovima, dijamantu u celini, pojačavajući konkurentsku tražnju mnogih dobara i usluga, mnoštva srodnih industrijskih grana i prisustvo visoko stručne radne snage.

Posledica delovanja sistema determinanti međunarodne konkurentnosti, prema Porteru, je da se integralna i segmentalna konkurentnost ne prostiru podjednako kroz celu privredu, nego se koncentrišu u **klastere** (grupe) konzistentnih, srodnih po pozicijama u međunarodnoj konkurentnosti, elemenata, karika tehnološkog lanca proizvodnje određenih finalnih proizvoda ili njihovih pojedinih segmenata.

Ključni elemenat Porterovog teoretskog pristupa je tehnologija, a nacionalni inovacioni sistem osnova postizanja uspeha u međunarodnoj trgovini.

Udeo u izvozu na svetskom tržištu

Svaka firma, industrijska grana ili njen segment, a u krajnjoj liniji i nacionalna privreda, koja uživa trajne, pozitivne i rastuće konkurentske prednosti, ima sledeće osnovne osobine i načine funkcionisanja i razvoja:

- *Konkurentske prednosti nastaju poboljšanjem, inovacijama, promenama kod starih proizvoda i usluga, proizvodnih sredstava i procesa, kao i uvođenjem novih proizvoda, usluga, proizvodnih sredstava i procesa, posebno u onim segmentima privrede koji sublimiraju osobine propulzivnosti nove tehno-ekonomske paradigme.*
- *Konkurenstke prednosti obuhvataju integralno čitav vrednosni sistem ekonomskog subjekta i relevantnog okruženja.*
- *Putem stalnog poboljšavanja sistema determinanti i parametara funkcionisanja i razvoja i stalnog usavršavanja izvora tražnje stečene konkurenstke pozicije se održavaju i nove stiču.*
- *Održavanje postojećih i sticanje novih konkurentskih pozicija podrazumeva globalan pristup strategiji kod ekonomskog subjekta.*
- *Konkurentnost na međunarodnom planu ima osnovu u lokalnim konkurentskim pozicijama, koje se moraju pretvoriti u globalne, ako se žele postići osobine integralne konkurentnosti, uz maksimalnu valorizaciju i zaposlenost konkurentnih lokalnih resursa.*
- *Konkurentske prednosti se koncentrišu u teritorijalnim i funkcionalnim segmentima proizvodnih aktivnosti, koje mogu da obuhvate deo jedne države ili privreda više država, ali i njih u celini.*
- *Konkurentske pozicije se stiču i održavaju uspešnošću u relativno ili potpuno novim, manje ili više sofisticiranim privrednim delatnostima i produktivnosti sa kojom se koriste resursi jedne zemlje, posebno nekonvencionalni faktori rasta iz kompleksa oko nauke, tehnologije i informacije.*
- *Relevantno uže i šire prirodno i društveno okruženje mora biti u stanju da kroz veliki broj institucija i funkcija, koje su visoko i ujednačeno razvijene, omogući svojim ekonomskim subjektima da njihove konkurentske prednosti na unutrašnjem i međunarodnom tržištu dožive potpunu afirmaciju i valorizaciju.*
- *Faktori koji su bitne determinante sticanja, održavanja i poboljšavanja konkurentskih pozicija subjekata svetske privrede su dinamički, promenljivi, sa veoma različitim značajem i ponderom u funkcionalnom i vremenskom kontekstu.*
- *Konkurentske prednosti su rezultat razvijanja osobina integralne konkurentnosti u teritorijalnom i funkcionalnom segmentu globalnog sistema proizvodnje i sinergetskih efekata proizašlih iz artikulacija i interakcija elemenata i obeležja integralne konkurentnosti i promene tehno-ekonomske paradigme.*

VI Glava - Medjunarodno kretanje faktora

Jedna od važnih fomi medjunarodne integracije je i **kretanje faktora poslovne aktivnosti**.

Kretanje faktora uključuje migraciju rada, transfer kapitala i kompleksne medjunarodne veze u multinacionalnim, odnosno transnacionalnim kompanijama (Krugman Obstfeld, 2000).

Medjunarodno kretanje rada

U savremenom svetu **medjunarodno kretanje rada** se odbija uz mnoštvo ograničenja koje države uspostavljaju tom kretanju. Zbog toga je mobilnost rada manje značajna u praksi od kretanja kapitala.

Iz redistribucije radne snage između domaće i strane države mogu se izvući tri zaključka:

- Postoji tendencija konvergencije realnih najamnina, tako da realne najamnine rastu u domaćoj, a padaju u stranoj državi
- Kretanje rada utiče na povećanje svetskog outputa u celini. Output strane države raste za površinu koja se nalazi ispod njene krive marginalnog proizvoda rada.
- Uprkos ovim koristima neko od stanovnika država će biti oštećeni tim promenama.

Može se zaključiti da su ključna obeležja medjunarodnog kretanja faktora proizvodnje u teorijskom smislu, vrlo slična medjunarodnoj trgovini dobara i usluga, kako po pretpostavkama tako i rezultatima.

Medjunarodno kretanje kapitala

Trgovina u kojoj se sadašnji proizvod razmenjuje za budući proizvod naziva se **intertemporalna trgovina**.
Real
cija između sadašnje i buduće proizvodnje potrošnih dobara može se prikazati putem **krive intertemporalne granice proizvodnih mogućnosti**.

Kada tokom vremena, dodje do medjunarodne trgovine može se očekivati da će domaća država izvoziti tekuću potrošnju, a uvoziti buduću potrošnju.

Evolucija teorija multinacionalnih kompanija

Multinacionalne kompanije (MNC) su ključni faktor promene okvira medjunarodnog biznisa u savremenom periodu. MNC imaju vrlo značajnu ulogu u svetskoj trgovini i svetskim investicionim transakcijama.

MNC postoje više od jednog veka, ali su tek pre tridesetak godina, intenzifikacijom **direktnih stranih investicija**

bliže određene i definisane u savremenom značenju.

Multinacionalne kompanije se mogu definisati kao firme koje ostvaruju i kontrolišu prihode i poseduju i stvaraju imovinu u više država.

Teorije trgovine

Portfolio investicije su davanje zajmova ili kupovina hartija od vrednosti inostranstvu do nivoa koji investitorima ne daje pravo odlučivanja i kontrole nad ekonomskim subjektima u koje je investirao.

Teorije transakcionih troškova i MNC

Osnovu teorije transakcionih troškova MNC postavili su Buckley i Casson i Hennart.

Transakcioni troškovi su troškovi nastali unutar jedne firme ili između pravno nezavisnih subjekata pri transakcijama. Pod ovim troškovima se podrazumevaju troškovi nastali u vezi sa troškovima zaključivanjem ugovora i sprečavanje negativnih posledica nepoštovanja ugovora.

Postoje dva osnovna metoda transakcija: sistem cena i sistem hijerarhija.

- **Sistem cena** se zasniva na outputu. Cene proizvodnje outputa diktiraju vrednost dobara i usluga

- Kada su troškovi merenja i unapredjenja visoki, a broj kupaca i prodavaca mali

hijerarhijski model

predstavlja najbolji izbor.

Teorija **lokacije** objašnjava zašto Evropa ne uvozi automobile sa američkog tržišta, dok teorija internalizacije daje odgovor na pitanje zašto ogranci američkih automobilskih MNC u Evropi nisu nezavisne autonomne jedinice.

Postoji nekoliko različitih gledišta koji objašnjavaju faktore profitabilnosti MNC. **Prvi aspekt** koji objašnjava profitabilnost MNC polazi od prednosti koje internacionalizaciji pruža **transfer tehnologije**

Tehnologija je

vrsta ekonomski korisnog znanja koje se može licencirati i nakon toga prodati.

Drugi aspekt

naglašava

vertikalne integracije.

Faze razvoja multinacionalnih kompanija

1. **Paternalizam** – Prvu polovinu XX veka karakterisali su modeli MNC u kojima je inovativna aktivnost bila koncentrisana u državi sedišta kompanije.

Inovativni proizvodi su stvoreni u domicilnoj državi i potom distribuirani širom kompanijske strukture.

2. **Ekspanzionizam** – Tokom sedamdesetih i osamdesetih godina XX veka, mnoge MNC su formirale posebne poslovne jedinice na stranim tržištima koje su imale zadatak da istražuju i prikupljaju ideje koje dolaze sa ključnih tržišta u svetu.

3. **Liberalizam** – Bazira se na osnovu dva argumenta: prvom, koji ukazuje na činjenicu da nove, korisne, biznis ideje mogu poteći iz bilo koje države sveta, a posebno iz dela organizacije koji je u direktnom dodiru sa kupcima, snabdevačima i drugim eksternim faktorima; drugom koji pokazuje da što veća udaljenost od centra MNC, to i manji uticaj tradicije, normi i standarda ponašanja na poslovni centar u nekoj državi.

Tipovi multinacionalnih kompanija (MNC)

- **Multinacionalni**
- **Globalni**
- **Transnacionalni (kombinacija prethodna dva)**

Multinacionalni – karakteristično za njih je da se proizvodi i usluge diferenciraju radi zadovoljenja tražnje na lokalnom nivou

. Ovaj oblik MNC je izražen u manjoj meri u Finskoj i Švedskoj.

Globalni – Funkcioniše u uslovima postojanja standardnih potreba. Karakteriše ih centralizovana kontrola i birokratsko-formalizovana kontrola. Globalna konfiguracija MNC je karakteristična za MNC iz Japana i Nemačke.

Transnacionalni – ovaj tip MNC kombinuje glabalne i miltinacionalne osobenosti MNC. Za njih je vrlo osoben transfer znanja. MNC iz oblasti farmaceutske i prehrambene industrije su najblize transnacionalnom tipu organizacije kompanije. Po veličini su negde izmedju glabalnih i multinacionalnih. Transnacionalna konfiguracija MNC je karakteristična za SAD, Holandiju i Švajcarsku.