

**Definisanje mikroekonomije (1)**

<b>1. Teorijske osnove mikroekonomije</b>	2
1.1. Determnisanje pojmova	2
1.1.1. Ekonomija	2
1.1.2. Politika i ideologija	3
1.1.3. Ekonomija i politika	3
1.1.4. Ekonomija, etika i moral	4
1.1.5. Ekonomija i pravo	4
1.2. Makroekonomija	5
1.2.1. Odnos makroekonomija i mikroekonomije	5
1.2.2. Izbor	5
1.2.3. Retkost	6
1.2.4. Mehanizmi regulacije	6
1.2.5. Oblici (mikro-makro)ekonomije	7
1.2.6. Agregati proizvodnje	10
1.2.7. Makroekonomski akceleratori	12
1.3. Makroekonomska politika	14
1.4. Mikroekonomija	14
<b>2. Prednosti i ograničenja tržišta</b>	17
2.1. Definisanje pojma tržište	17
2.2. Definisanje pojma razmena	18
2.3. Definisanje pojma raspodela	20
2.4. Definisanje pojma potrošnja	22
2.5. Tipovi tržišta	24
2.6. Ekonomske funkcije tržišta	27
2.7. Ekonomske karakteristike tržišta	28
2.7.1. Ekonomski zakoni	28
2.7.2. Tržišni mehanizmi	29
2.7.3. Tržišni kriterijumi	29
2.7.4. Tržišni potencijali	30
2.7.5. Tržišna segmentacija	30
2.8. Klasifikacija tržišta	31
2.8.1. Opšta podela tržišta	31
2.8.2. Opšte karakteristike tržišta	32
2.8.3. Svodna analiza tipologije tržišta	36
2.8.4. Tipologija tržišta prema materijalno-tehničkim kriterijima	37
2.9. Zaključak o prednostima i ograničenjima tržišta	40
2.9.1. Prednosti tržišta	40
2.9.2. Nedostaci tržišta	42

<b>3. Definisane ponude</b>	43
3.1. Teorijsko determinisanje pojma ponuda	43
3.1.1. Kriva ili skala ponude	43
3.1.2. Objašnjenje ponude i regresivne krive ponude	44
3.2. Mikroekonomski aspekti ponude	45
3.3. Objašnjenje funkcije prodaje	47
3.3.1. Alternativne proizvodne mogućnosti	47
3.3.2. Preduzetnička efikasnost sa aspekta cena	49
3.3.3. Proizvodne mogućnosti supstitucijom	49
3.4. Analiza ponude	50
3.4.1. Determinisanje pojma tržišna cena prema kriterijumu ponuda i tražnja	50
3.4.2. Analiza promena u ceni i dohotku i elastičnost ponude	51
3.4.3. Elastičnost ponude	53
<b>4. Definisane tražnje</b>	56
4.1. Sejov zakon tržišta	56
4.2. Zakon ponude i tražnje i formiranje cena	57
4.2.1. Zakon tražnje	57
4.2.2. Zakon tražnje i formiranje cena	59
4.3. Ispitivanje krive tražnje	60
4.3.1. Uticaj promene cene na promenu tražnje	61
4.4. Funkcija i pojavni oblici linije tražnje	63
4.4.1. Funkcija linija tražnje	63
4.4.2. Pojavni oblici tražnje	66
4.4.3. Priroda tržišne tražnje	68
4.4.4. Model tržišne tražnje	69
4.4.5. Mobilnost tražnje	71
4.5. Ponašanje tražnje na tržištu	71
<b>5. Ravnoteža ponude i tražnje</b>	74
5.1. Objašnjenje grafikova tržišta	74
5.2. Opšta i parcijalna tržišna ravnoteža	74
5.3. Opšta tržišna ravnoteža	75
5.4. Objašnjenje pojma makroekonomska ravnoteža	76
5.5. Kejnzijansko shvatanje makroekonomske ravnoteže	78
5.5.1. Hansen-Semjuelson-Hiks-ov pristup	79
5.5.2. Filipsova kriva	80
5.6. Monetarističko shvatanje makroekonomske ravnoteže	82
5.6.1. IS-LM Model međuzavisnosti tržišta	82
5.6.2. Analiza odnosa između investicija i štednje	83
5.7. Ravnotežna cena	84

**Mikroekonomija sa stanovišta ponašanja ekonomskih subjekata (86)**

<b>1. Ekonomska objašnjenja racionalnog izbora i racionalnog ponašanja potrošača</b>	<b>89</b>
1.1. Teorija marginalne korisnosti	89
1.1.1. Dileme mikroekonomije	89
1.1.2. Značaj teorije marginalne korisnosti	90
1.1.3. Izbor potrošača i opadajuća marginalna korisnost	91
1.1.3.1. Grafikon opadajuće marginalne korisnosti	91
1.1.3.2. Grafikon opadajuće marginalne korisnosti i kriva tražnje	92
1.1.4. Iznimke od teorije marginalne korisnosti	93
1.1.4.1. Gosenovi zakoni	93
1.1.4.2. Marginalna teorija vrednosti proizvodnih faktora	96
1.1.5. Odnos između ponude, tražnje i cene u teoriji marginalne korisnosti	97
1.1.6. Cenovna elastičnost tražnje	98
1.2. Teorija indiferentnosti – izbor potrošača i supstitucioni i dohodni efekat	100
1.2.1. Kriva supstitucije	100
1.2.2. Kriva indiferencije	102
1.2.3. Istraživanje uticaja promena cena na tražnju – ravnoteža potrošnog domaćinstva	103
1.2.3.1. Uticaj promene cena na tražnju	103
1.2.3.2. Ravnoteža potrošačevog domaćinstva	104
1.2.3.3. Međuvremenski granični stepen supstitucije – međuvremenska ravnoteža	104
1.2.3.4. Transformacije potrošača u razna ravnotežna stanja	105
1.2.4. Ispitivanje krive tražnje kao spremnosti potrošača da se plati	106
1.2.4.1. Potrošački višak	106
1.2.4.2. Proizvođački višak	107
1.2.4.3. Izbor obima proizvodnje od strane proizvođača	108
1.3. Teorija otkrivene preferencije	110
1.4. Ostale teorije izbora potrošnje	111
<b>2. Objašnjenje optimuma raspodele faktora proizvodnje i proizvoda</b>	<b>113</b>
2.1. Ugovorna kriva proizvodnje	113
2.2. Pareto optimum	114
2.2.1. Optimalna razmena	115
2.2.2. Optimalna proizvodnja	115
2.2.3. Zamerke teoriji	116
2.3. Ugovorne krivulje razmene	116
2.4. Krivulja mogućih koristi	117
2.5. Maksimiziranje društvenog blagostanja	117
2.6. Objašnjenje pojma ekonomski optimum	118
<b>3. Istraživanje troškova, proizvodnje i profita</b>	<b>122</b>
3.1. Upravljanje troškovima	122
3.1.1. Determinisanje zakonitosti ponašanja oportunitetnih troškova	122
3.1.1.1. Oportunitetni troškovi	123

3.1.1.2.	Eksplicitni troškovi	124
3.1.1.3.	Implicitni troškovi	124
3.1.2.	Međusobni odnosi između ukupnih, prosečnih i marginalnih troškova	124
3.1.2.1.	Marginalni metod	124
3.1.2.2.	Marginalna analiza	125
3.1.2.3.	Međuzavisnost troškova	126
3.2.	Upravljanje proizvodnjom	126
3.2.1.	Proizvodnja s jednim varijabilnim inputom	126
3.2.2.	Proizvodnja sa više v arijabilnih inputa	127
3.3.	Upravljanje profitom	127
3.3.1.	Promena karakteristika dinamike troškova i profita	127
3.3.2.	Kreiranje pretpostavki za dostizanje optimalnih rezultata poslovanja	129

### Treći deo

## Tržišne strukture [131]

<b>1.</b>	<b>Konkurencija i nova pozicija preduzeća u uslovima otvorene privrede u odnosu na svetsko tržište</b>	<b>133</b>
1.1.	Objašnjenje pojma konkurencija	133
1.1.1.	Konkurencija u grani	133
1.1.2.	Konkurentska prednost	134
1.1.2.1.	Konkurentske prednosti transnacionalnih kompanija	135
1.1.2.1.1.	Uloga transnacionalnih kompanija u spoljnoj trgovini matičnih zemalja	135
1.1.2.1.2.	Uloga transnacionalnih kompanija na svetsku trgovinu	136
1.1.2.1.3.	Model intrakompanijske razmene (interni marketing)	136
1.1.2.1.4.	Mehanizmi delovanja transnacionalnih kompanija	137
1.1.2.1.5.	Doprinos transnacionalnih kompanija međunarodnoj trgovini	138
1.1.2.1.6.	Kontrola delovanja transnacionalnih kompanija	138
1.1.2.2.	Konkurentska prednost nacionalne privrede	138
1.1.3.	Normativno determinisanje uslova konkurencije	139
1.2.	Savršena konkurencija	139
1.3.	Nesavršena konkurencija	140
1.4.	Potpuna konkurencija	141
1.4.1.	Teorijske pretpostavke potpune konkurencije	142
1.4.2.	Preduzetničko ponašanje u uslovima potpune konkurencije	143
1.4.3.	Optimizacija poslovanja preduzeća i grane u uslovima potpune konkurencije	144
1.5.	Potencijalna konkurencija	145
1.5.1.	Teorijska osnova	145
1.5.2.	Ravnoteža u potpunoj konkurenciji	145
1.5.3.	Kratkoročna i dugoročna ravnoteža za konkurentsku firmu	146
1.5.4.	Proces ulaska novih preduzeća na tržište u uslovima nesavršene konkurencije	147
1.6.	Teorijska analiza obima i koristi od spoljne trgovine u uslovima monopolske konkurencije	148
1.6.1.	Inter i intra-industrijska trgovina	149

1.6.2.	Effekti od trgovine u uslovima monopolističke konkurencije	151
1.7.	Međunarodna trgovinska politika u savršenom tržištu	153
1.7.1.	Ključne transformacije procesa globalizacije	153
1.7.2.	Područja, faktori i oblici globalizacije svetskog tržišta	156
1.7.2.1.	Osnovna područja, faktori i oblici globalizacije	157
1.7.2.2.	Proces globalizacije	158
1.7.2.3.	Proces regionalizacije	158
1.7.2.4.	Proces tribalizma	159
1.7.2.5.	Oblici globalizacije spoljnotrgovinske razmene	159
1.7.2.6.	Obeležja međunarodne razmene	159
1.7.2.7.	Faktori rasta savremenog preduzeća	160
1.7.2.8.	Analiza savremenih preduzetničkih mreža i strateških alijansi	162
1.7.3.	Politika carina na savršenom tržištu	164
1.7.4.	Politika uvoznih kvota na savršenom tržištu	167
1.7.5.	Politika izvoznih podsticaja na savršenom tržištu	167
1.7.6.	Politika izvoznih poreza na savršenom tržištu	168
1.8.	Pristup reinženjeringu poslovnih procesa	169
1.8.1.	Identifikovanje promena okruženja	169
1.8.2.	Definisanje reinženjeringa i repozicioniranja poslovanja	171
1.8.3.	Pristup kreiranju strateškog proizvodnog sistema	173
1.8.3.1.	Kreiranje agilnog proizvodnog sistema	174
1.8.3.2.	Kreiranje fleksibilnog proizvodnog sistema	174
1.8.4.	Pristup vođenju kompanije u budućnost	175
1.8.4.1.	Ocena kvaliteta opšte strategije preduzeća	176
1.8.4.2.	Definisanje načina koji kompaniji osigurava budućnost	178
2.	<b>Monopoli i poslovanje u uslovima monopolističke konkurencije</b>	181
2.1.	Teorijsko definisanje monopola i monopolističke konkurencije	181
2.1.1.	Analiza monopola	181
2.1.2.	Analiza monopolističke konkurencije	183
2.1.2.1.	Monopolistička cena	183
2.1.2.2.	Monopolistička moć	185
2.1.2.3.	Monopolska ravnoteža	185
2.1.2.4.	Monopolski profit	185
2.1.2.5.	Monopolizacija profita za potpunog monopolistu	186
2.1.2.6.	Potrošački i proizvođački višak u uslovima monopola	188
2.2.	Analiza oblika monopola i monopolističke konkurencije	189
2.2.1.	Bilateralni monopol	189
2.2.2.	Prirodni monopol	189
2.2.3.	Monopson	191
2.3.	Oligopol	192
3.	<b>Troškovi poslovanja i tražnje u raznim tržišnim stanjima</b>	196

## Kreiranje makroekonomije za potrebe efektivne i efikasne mikroekonomije (198)

<b>1. Pristup raspodeli dohotka i bogatstva</b>	<b>199</b>
1.1. Raspodela dohotka i bogatstva	199
1.1.1. Funkcionalna raspodela dohotka	199
1.1.2. Raspodela dohotka na građane	200
1.1.3. neoklasična ekonomska teorija raspodele dohotka	201
1.1.4. Determinacija nacionalnog dohotka	203
1.2. Analiza tražnje za proizvodnim faktorima	204
1.2.1. Objašnjenje razlika između privatnih i društvenih troškova	204
1.2.2. Objašnjenje pojmova javna dobra i cene njihovog korišćenja	206
1.2.3. Tražnja za faktorima proizvodnje	208
1.2.3.1. Specifičnost kupaca faktora proizvodnje	208
1.2.3.2. Specifičnosti tražnje za proizvodnim faktorima	208
1.2.3.3. Izvedenost tražnje	209
1.2.3.4. Neelastičnost tražnje	209
1.2.3.5. Fluktuiranje tražnje	210
1.2.3.6. Faktori koji utiču na tražnju industrijskih proizvoda	210
1.2.3.7. Zakon o marginalnom proizvodu	211
1.2.3.8. Marginalni prihod savršenog konkurenta	212
1.2.3.9. Marginalni prihod monopoliste	213
1.2.3.10. Maksimizacija profita za potpunog konkurenta	213
1.3. Kreiranje efektivnog i efikasnog markoekonomskeg miljea za potrebe optimalnog tržišnog poslovanja privrednih subjekata	214
1.3.1. Odnos ekonomije i politike	214
1.3.1.1. Periodizacije ekonomske misli	214
1.3.1.2. Moć, vlast i pravo vladanja	216
1.3.1.3. Uloga države i političkih institucija	218
1.3.2. Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkoj ekonomiji	220
1.3.3. Kreiranje komparativih prednosti nacionalne države	221
1.3.3.1. Porterov dijaman nacionalne konkurentnosti privrede	222
1.3.3.2. Doprinis vlade povećanju nacionalne konkurentnosti	224
1.3.3.3. Indeksi konkurentnosti nekih zemalja	225
1.3.3.4. Strategije optimalnog i održivog privrednog razvoja	227
<b>2. Analiza rada i tržišta rada</b>	<b>232</b>
2.1. Humani, socijalni i kadrovski kapital	233
2.1.1. Analiza humanog kapitala	235
2.1.2. Tržište ljudskog rada	235
2.1.3. Analiza ponude i tražnje na tržištu radne snage	236
2.1.3.1. Linija indiferencije u ponudi radne snage	236
2.1.3.2. Određivanje nadnica	238
2.1.3.3. Odnos između nadnice i dokolice	239
2.1.3.4. Determinisanje nezaposlenosti i kolektivnog pregovaranja	241

<b>3. Analiza preduzetničkih potencijala, prirodnih bogatstava, zemljišta i rente</b>	243
3.1. Analiza preduzetničkih potencijala	243
3.1.1. Vrste potencijala i uslovi poslovanja preduzetnika	243
3.1.1.1. Prirodni potencijali i uslovi poslovanja	243
3.1.1.2. Tehnički potencijali poslovanja	243
3.1.1.3. Tržišni potencijali	244
3.1.1.4. Društveno-politički potencijali	244
3.1.1.5. Normativno-institucionalni potencijali	246
3.1.1.6. Nivo razvijenosti i strategije razvoja	246
3.1.1.7. Međunarodni potencijali	246
3.1.1.8. Finansijski potencijali	247
3.1.1.9. Informacijski potencijali	247
3.1.1.10. Naučno-istraživački i vremenski potencijali	247
3.1.1.11. Potencijali procesa rada	247
3.1.1.12. Rezidualni potencijali	248
3.1.2. Preduzetnički potencijali i uslovi poslovanja preduzeća i menadžmenta	248
3.1.2.1. Potencijalni potencijali	248
3.1.2.2. Aktivirani potencijali	249
3.1.2.3. Ravnotežni potencijali	249
3.1.2.4. Iskorišćeni potencijali	249
3.1.2.5. Raspoloživi potencijali	250
3.1.2.6. Potencijali unutrašnjih rezervi	250
3.2. Analiza zemlje i rente	251
3.2.1. Rikardijanska teorija zemljišne rente	252
3.2.2. Marginalistička teorija zemljišne rente	252
3.2.3. Intersektorski pristup zemljišnoj renti	253
3.2.4. Oporezivanje rente	254
<b>4. Kapital i inovativno preduzetništvo</b>	255
4.1. Analiza uloge novca i kapitala u razvoju mikroekonomije	255
4.1.1. Definisanje novca	255
4.1.1.1. Istorija novca	255
4.1.1.2. Svojtva i vrednost novca	256
4.1.1.3. Teorije novca	258
4.1.1.4. Kvantitativna teorija novca i cena	260
4.1.1.5. Psihološka teorija novca	261
4.1.1.6. Teorija stvarne kamatne stope	261
4.1.2. Definisanje kapitala	261
4.1.2.1. Finansijsko tržište	262
4.1.2.2. Ocena stanja privrede i tražnje za novcem	263
4.1.2.3. Definisanje tržišta kapitala	264
4.1.3. Definisanje hartija od vrednosti	266
4.1.3.1. Značajke odgošenog plaćanja za tržišnu privredu	266
4.1.3.2. Tržišne transakcije akcijama, fjučersima i opcijama	267

4.2. Analiza uloge inovativnog preduzetništva	268
4.2.1. Uticaj protestantizma i francuskog prosvetiteljstva na razvoj ekonomskog modela liberalnog kapitalizma sa građanskom demokratijom	268
4.2.1.1. Uloga protestantizma u razvoju kapitalističke ekonomije	268
4.2.1.2. Načela protestantizma	269
4.2.1.3. Razvoj teorijske misli pod uticajem protestantizma	270
4.2.1.4. Obeležja tržišta liberalnog kapitalizma	271
4.2.1.5. Dometi liberalnog kapitalizma	273
4.2.2. Uloga francuskog prosvetiteljstva na razvoj građanske demokratije	275
4.2.2.1. Obaranje dogmatizma i predrasuda	275
4.2.2.2. Razvoj liberalni doktrina	276
4.2.2.3. Industrijska revolucija	277
4.2.2.4. Uloga nemačke klasične filosofije	278
4.2.2.5. Razvoj ekonomske misli	279
4.3. Inovativno preduzetništvo	281
4.3.1. Definisane pojmove preduzetništvo i preduzimač	281
4.3.2. Definisane preduzetničke dobiti	284
Literatura	290