1. **Teorije međunarodne trgovine**

Još od pojave prvih oblika organizovanih država na Bliskom istoku i u Aziji i početkom međudržavne trgovine, javlja se i osnovno pitanje zašto zemlje trguju međusobno. Pored ovog, pokušava se razjasniti i zašto, šta i koliko proizvode i po kojoj ceni zemlje izvoze, kao i koje dobitke ostvaruju i kako ih raspoređuju.

Sve teorije međunarodne trgovine razvijale su se zajedno sa promenama u obimu i strukturi trgovine, kroz razvoj ljudskog društva. Na početku, međunarodna trgovina je bila malog obima i ograničena na razmenu između susednih država. Razvojem proizvodnih odnosa, trgovina je sve više dobijala na značaju, tako da su, shodno tome, i teorije koje su objašnjavale njene zakonitosti postajale kompleksnije.

1. **Klasična i neoklasična teorija međunarodne trgovine**

Prva teorija međunarodne trgovine bila je merkantilistička teorija, pre pojave liberalizma.[[1]](#footnote-1) Merkantilizam je, u svetskoj teoriji i praksi, bio zastupljen od 1500. do 1750. godine. Po ovoj teoriji zlato i srebro su jedino društveno bogatstvo, pa merama spoljnotrgovinske politike (posebno carinama i izvoznim stimulacijama) treba sve činiti da se više zlata i srebra zarađuje na izvozu, a manje troši na uvozu. Potiče od latinske reči merkantus, što znači trgovina.

Pošto je merkantilizam bio krut sistem kočio je razvoj međunarodne trgovine. Svodio se na nacionalni egoizam i teoriju “osiromašenja suseda”. Iako se dugo održao morao je da propadne, pa ga je počev od druge polovine osamnaestog veka zamenila klasična škola liberalizma, a posle je nastala i savremena škola spoljne trgovine, odnosno konkurentnosti u spoljnoj trgovini.

* 1. **Teorija apsolutnih vrednosti Adama Smita**

Male zanatske radionice vremenom prerastaju u krupne manufakture. U njima veći broj radnika radi za kapitaliste. Kapitalisti organizuju proizvodnju i ostvaruju profit, a radnici žive od najamnine. Kapitalisti postaju robni proizvođači, proizvodeći masovno robu za tržište.

Tokom osamnaestog i devetnaestog veka kapitalistički odnosi postaju dominantni, a privreda doživljava intenzivan razvoj. Poseban progres zapaža se i u razvoju ekonomske nauke, pa i klasične škole spoljne trgovine. Njeni najznačajniji predstavnici su Adam Smit, David Rikardo, Džon Stjuart Mil. Adam Smit (Adam Smith) izložio je svoja istraživanja u delu *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda* (1776.). U istom delu on je izložio i svoju teoriju apsolutnih prednosti(odnosno vrednosti) u spoljnoj trgovini. Prema toj teoriji iz inostranstva treba uvoziti robu koja je jeftinija od domaće robe, pri tom najjeftinija u svetu, a izvoziti robu koja se proizvodi uz najniže troškove u svetu, i to tamo gde će se postići njena najviša cena.

Smit je živeo u vreme opšteg procvata privrede Velike Britanije, pošto je savladala konkurenciju Španije, Portugalije, Holandije i postala vodeća industrijska sila sveta, kojoj je cilj i potreba bilo slobodno tržište celog sveta (u to vreme zajedno sa Francuskom, kao takođe snažnom zemljom, sprovodila je kolonijalnu podelu sveta).

U svojoj teoriji Smit je pošao od pretpostavke da je rad jedini stvaralac vrednosti i da radna snaga nije mobilna iz jedne zemlje u drugu. Pošto se, prema Smitovoj teoriji apsolutnih prednosti, dobra proizvode i razmenjuju pod najpovoljnijim uslovima i najjeftinije, zaštita tržišta je nepotrebna, a njegova otvorenost (liberalizam) najbolje je rešenje.

Da bismo objasnili njene osnovne postavke, pretpostavimo da postoje samo dve zemlje koje proizvode dva proizvoda, recimo hranu i platno, upotrebom samo jednog proizvodnog faktora – rada. Uzmimo da je sa raspoloživim resursima domaća zemlja u mogućnosti da u određenom vremenu proizvede ili 12 tona hrane ili 6 bala platna. Suprotno, mogućnosti strane zemlje su proizvodnja 6 tona hrane ili 12 bala platna. Očito je da je u takvoj situaciji prva zemlja dvostruko produktivnija u proizvodnji hrane, a druga u proizvodnji platna.

Pred obe zemlje se tada postavljaju dve opcije: jedna je da se opredele da svaka od njih proizvodi oba proizvoda i druga, da se svaka od njih specijalizuje u proizvodnji u kojoj ima apsolutnih prednosti i da te proizvode razmenjuje za one u kojima ih nema. Ako bismo pretpostavili da su u obe zemlje ukusi potrošača isti, tako da bi korišćeni rad bio ravnomerno raspoređen na oba proizvoda, prva bi proizvodila 6 tona hrane i 3 bale platna, a druga 3 tone hrane i 6 bala platna. Ukoliko bi se, međutim, zemlje odlučile da se specijalizuju u proizvodnji onog proizvoda u kome imaju apsolutnih prednosti, situacija bi bila znatno drugačija i svakako povoljnija za obe.

Prva zemlja bi mogla da proizvodi samo hranu, u količini od 12 tona. Druga bi mogla da proizvodi samo platno, ukupno 12 bala. Pošto smo pretpostavili da su ukusi potrošača u obe zemlje isti, tada bi prva zemlja trošila 6 tona hrane, dok bi ostalih 6 tona izvozila. Suprotno, druga zemlja bi za svoju potrošnju zadržala 6 bala platna, dok bi ostalih 6 bala razmenila za 6 tona hrane. Konačan ishod takve solucije je da bi i prva i druga zemlja trošile 6 tona hrane i 6 bala platna. U odnosu na prvu mogućnost da obe zemlje proizvode oba proizvoda i da ne trguju, ova je svakako bolja: prva zemlja može da potroši više 3 bale platna, a druga 3 tone hrane.

Smitov model je veoma jednostavan. On objašnjava specijalizaciju i trgovinu samo u slučajevima kada svaka od zemalja ima apsolutne prednosti u proizvodnji određenog proizvoda. Realnost je, međutim, drugačija. Ne mali broj zemalja ih nema gotovo ni u jednoj proizvodnji. Ipak, one se pojavljuju na svetskom tržištu i razmenjuju svoje proizvode za proizvode drugih zemalja. Najveći nedostatak Smitove teorije jeste oslanjanje spoljne trgovine samo na apsolutne prednosti, zbog čega se smatra statičnom. A zatim teško je zadovoljiti ogromne ljudske potrebe sveta samo na principima najvećih prednosti. Te nedostatke uočio je David Rikardo, koji je formulisao teoriju relativnih komparativnih prednosti*.*

**1.2.Teorija komparativnih prednosti Davida Rikarda**

Analizirajući Smitovu teoriju, David Rikardo (David Ricardo) je postavio pitanje: šta će se desiti ako neka zemlja nijedan proizvod ne proizvodi jeftinije od drugih zemalja, da li će ona uopšte učestvovati u međunarodnoj razmeni? On smatra da svaka zemlja treba da se bavi nekom proizvodnjom i da učestvuje u međunarodnoj razmeni, ako ne na principima ***apsolutnih****,* onda na principima ***relativnih***prednosti. Naime, zemlja ne mora svaki proizvod da proizvodi apsolutno jeftinije, već su važni i uporedni odnosi dve ili više zemalja, gde jedna zemlja, koja apsolutno jeftinije proizvodi sve proizvode, za sebe treba da zadrži one proizvode u kojima ima veću produktivnost i u relativnim odnosima najviše dobija, a da drugim zemljama ustupi proizvode u kojima je manje produktivna. U tom slučaju u međunarodnoj specijalizaciji i razmeni veće koristi od međunarodne trgovine imaće sve zemlje koje u njoj učestvuju, pogotovo što je produktivnost u izvoznim sektorima veća od prosečne produktivnosti u svakoj zemlji.

Svoje poglede Rikardo je izložio u delu ***Principi političke ekonomije i oporezivanja****,* koje se prvi put pojavilo 1827. godine. Rad je, kao u Smitovoj teoriji, jedini faktor proizvodnje.

Poslužimo se jednostavnim primerom koji može da objasni suštinu teorije komparativnih pred nosti. Uzmimo da postoje dve zemlje, recimo domaća i strana, koje proizvode dva proizvoda, npr. hranu i platno kao u prethodnom primeru, sa po 100 000 radnika. Mogućnosti proizvodnje po radniku u određenom vremenu su sledeće:



Očito je da domaća zemlja ima apsolutne prednosti u proizvodnji oba proizvoda. U proizvodnji hrane ona je 2,5 puta produktivnija, a u proizvodnji platna 4 puta. Shodno Smitovoj teoriji, tu ne bi bilo osnova ni za specijalizaciju, ni za trgovinu. Međutim, saglasno teoriji komparativnih troškova, to ne važi ni u jednom ni u drugom slučaju.

Da bismo to pokazali, uzmimo da su, kao i u prethodnim objašnjenjima, ukusi potrošača u obe zemlje isti, tako da npr. na jedan kilogram hrane troše jedan metar platna. Ukoliko bi zemlje bile zatvorene, tako da svaka u celini podmiruje potrebe iz sopstvene pro izvodnje i znajući njihovu različitu produktivnost u proizvodnji dva proizvoda, raspored radnika bi bio sledeći:



Njihova proizvodnja bi onda bila:



Pošto je u domaćoj zemlji u proizvodnji platna angažovano 2,5 puta radnika više nego u proizvodnji hrane, a u stranoj 4 puta, i kako su produktivnosti i zarade svih radnika unutar zemalja iste, to će za toliko cene platna da budu više od cena hrane. Ukoliko bi se, međutim, zemlje otvorile, specijalizovale i trgovale, autarkične cene (cene u uslovima zatvorene privrede) bi konvergirale i uspostavile bi se jedinstvene cene hrane i platna u obe zemlje. Kako je cena platna u domaćoj zemlji 2,5 puta viša, a u stranoj 4 puta, jedinstvena relativna cena bi se našla negde između ta dva odnosa. Recimo da bi, saglasno tome, cena hrane mogla da bude l, a cena platna 3.

 Uzmimo sada da se zemlje specijalizuju u proizvodnji samo jednog proizvoda, i to onog kod koga imaju komparativnih prednosti. Domaća zemlja ima apsolutnih prednosti u proizvodnji i hrane i platna, međutim, dok je kod prvog proizvoda ona 2,5 puta produktivnija, kod drugog je 4 puta. To znači da su njene komparativne prednosti u proizvodnji platna. Suprotno, strana zemlja nema apsolutnih prednosti ni kod jednog proizvoda, ali je relativno manje produktivna u proizvodnji hrane nego u proizvodnji platna, što znači da kod tog proizvoda ima komparativnih prednosti.

Saglasno analiziranoj teoriji,u interesu obe zemlje bilo bi da se specijalizuju u proizvodnji onog proizvoda kod koga imaju komparativnih prednosti i da jedan njen deo razmenjuju za proizvode kod kojih nemaju komparativnih prednosti. Ako bi se za to odlučile, onda bi proizvodnja u obe zemlje bila sledeća:



U slučaju specijalizacije ukupna svetska proizvodnja oba proizvoda bi bila veća nego kada bi zemlje proizvodile oba proizvoda: u proizvodnji hrane za 68 600 kilograma, a platna za 68 600 metara. Pitanje koje se, međutim, postavlja je da li je to opšte poboljšanje u interesu obe zemlje, i ako jeste, kako se ono kroz trgovinu ostvaruje.

Potrebno je utvrditi najpre domaće proizvode koje bi u uslovima otvorene privrede ostvarile obe zemlje. Domaća zemlja bi proizvodila 800 000 metara platna koje bi prodavala po ceni od 3 novčane jedinice za metar, što znači da bi njen domaći proizvod bio 2,4 miliona. Strana zemlja bi proizvodila 800 tona hrane po ceni od jedne novčane jedinice za kilogram, znači da bi njen domaći proizvod bio 0,8 miliona. Pošto smo već ranije rekli da su ukusi potrošača u obe zemlje isti, takvi da na jedan kilogram hrane troše jedan metar platna, to bi u okvirima raspoloživog domaćeg proizvoda potrošnja u obe zemlje bila:

 

Poredeći tako raspoređenu potrošnju sa proizvodnjom u uslovima specijalizacije, očito je da bi domaća zemlja razmenjivala 200 000 metara platna po ceni od 3 novčane jedinice za metar za 600 tona hrane po ceni od jedne novčane jedinice za kilogram. Obim trgovine bi, dakle, bio 600 000 novčanih jedinica u jednom i u drugom smeru. U odnosu na proizvodnju i potrošnju u uslovima zatvorenih privreda, to bi, svakako, bilo bolje rešenje za obe zemlje: domaća bi mogla da potroši 28 600 kg hrane više i isto toliko metara platna, dok bi strana uvećala svoju potrošnju za 40 tona hrane i 40 000 metara platna. Znači, specijalizacija i trgovina na osnovu komparativnih prednosti donose i jednoj i drugoj zemlji koristi, dakle ne samo onoj koja ima apsolutnih prednosti u proizvodnji oba proizvoda, već i onoj koja ih nema ni kod jednog proizvoda*.*

Definišimo najpre vreme koje je potrebno da bi se proizveo jedan metar platna, odnosno jedan kilogram hrane u domaćoj zemlji. Obeležimo to vreme sa *aLP*i *aLH*. Odnos produktivnosti u proizvodnji platna i hrane *(aLP/aLH)* predstavlja, u stvari, **oportunitetne troškove** platna u odnosu na hranu. On pokazuje količinu hrane koje su potrošači spremni da se odreknu zbog povećanja proizvodnje i potrošnje jedinice platna.

Dalje uvodimo u analizu dve nove veličine, cenu hrane *PH* i cenu platna *PP*. Pretpostavlja se da je u privredi mobilnost radnika između sektora potpuna, tako da su i nadnice jednake, pa bi se cene formirale zavisno od razlika u produktivnostima. Dakle, *PP/PH* bilo bi jednako *aLP/aLH,* odnosno, u našem primeru, cena jednog metra platna bila bi 2,5 puta viša od cene jednog kilograma hrane, tačno onoliko koliko je produktivnost u proizvodnji prvog viša u odnosu na produktivnost u proizvodnji drugog proizvoda.

Navedena jednakost, međutim, važi samo u slučaju zatvorene privrede. Jedino tada će zemlja imati interesa da proizvodi oba proizvoda. Ukoliko se, međutim, zemlje otvore, jednakost između cena i oportunitetnih troškova prestaje da važi i zemlje se specijalizuju u proizvodnji onih proizvoda kod kojih imaju komparativnih prednosti. U navedenim relacijama, ukoliko bi *PP*/*PH* bilo veće od *aLP*/ *aLH,* nadnice bi bile veće u proizvodnji platna i, jasno, pošto svaka zemlja nastoji da što više zaradi, specijalizovala bi se samo u tom sektoru. Naravno, suprotna bi bila situacija ukoliko bi taj odnos bio obrnut. Iz toga možemo da izvedemo opšte pravilo: svaka zemlja će se specijalizovati u proizvodnji onih proizvoda kod kojih njihove relativne cene nadmašuju oportunitetne troškove*.* Ukoliko bi u našem primeru gde su oportunitetni troškovi platna u odnosu na hranu 2,5, cena jednog metra platna bila 3 puta viša od cene jednog kilograma hrane, zemlja bi se specijalizovala u proizvodnji platna. Suprotno, ako bi ona, npr. bila 2 puta viša, svi radnici bi bili angažovani u proizvodnji hrane.

Ukoliko pretpostavimo da su zemlje otvorene i specijalizovane u proizvodnji onih proizvoda kod kojih imaju komparativnih prednosti, situacija će biti drugačija. U primeru koji smo naveli, domaća zemlja je produktivnija i u proizvodnji hrane i u proizvodnji platna. Ona, dakle, ima apsolutne prednosti kod oba proizvoda. Njena produktivnost u proizvodnji hrane je 2,5 puta veća, a u proizvodnji platna 4 puta. Imajući u vidu razlike u apsolutnim prednostima, može da se zaključi da domaća zemlja ima komparativne prednosti u proizvodnji platna, a strana u proizvodnji hrane, uprkos tome što je i u tom sektoru znatno manje produktivna od domaće. Strana zemlja ima komparativne prednosti u proizvodnji hrane, jer je u proizvodnji tog proizvoda njeno zaostajanje u produktivnosti manje. Ravnoteža je u tački koja je određena relativnom cenom koja se nalazi između autarkičnih cena, u našem primeru između 2,5 i 4, što obe zemlje stimuliše da se specijalizuju u onoj proizvodnji u kojoj imaju komparativnih prednosti: domaću u proizvodnji platna, a inostranu u proizvodnji hrane. Kao što je već ranije pokazano, to je u obostranom interesu.

**1.3.Teorija recipročne tražnje**

Teoretičari komparativnih prednosti Smit i Rikardo koristili su pri analizi prvenstveno prirodne faktore, i to samo one na strani ponude, dok je Mil prvi ukazao na značaj tražnje u objašnjavanju spoljne trgovine. On je pošao od pretpostavke da sve zemlje u razmeni dobijaju (bogate se) ako se međusobno specijalizuju. Ali do pojave njegove teorije još uvek nije bilo odgovora na pitanje koliko koja zemlja učestvuje u ostvarenoj dobiti od specijalizacije (u našem primeru 30 jedinica proizvoda). Po Milu, to zavisi od intenziteta međusobne (recipročne) tražnje dve zemlje. Ako je, na primer, intenzitet tražnje u obe zemlje za proizvodima druge zemlje isti, onda će obe zemlje u dobiti učestvovati sa po 15 jedinica, odnosno uvek će više dobiti zemlja čiji se proizvodi više traže, na štetu zemlje čiji se proizvodi manje traže.[[2]](#footnote-2)

Suština Milove teorije svodi se na sledeće:

* tražnja je, po svojoj prirodi, ponuda nekog drugog u jednakoj vrednosti;
* ponuda pokazuje iznos koji je neka zemlja spremna da ponudi za određenu cenu, odnosno količinu uvoza;
* cene se formiraju u zavisnosti od ponude i tražnje (odnosno od količine novca zlata i srebra u opticaju);
* međunarodna ravnoteža se uspostavlja u tački u kojoj se seku domaća ponuda i strana tražnja, a ta tačka predstavlja Milov *zakon recipročne tražnje;*
* elastičnost ponude meri se stepenom reakcije količine ponuđenih proizvoda na promene cena; visoke elastičnosti su poželjne, dok niske elastičnosti donose nevolje;
* manje razvijene zemlje imaju niske elastičnosti jer izvoze sirovine, a uvoze industrijske proizvode visokog stepena prerade, dok razvijene zemlje imaju visoke elastičnosti izvoza i uvoza.

Kao što se može videti, Mil je u spoljnoj trgovini bio preteča *odnosa razmene (terms of trade)* jer je postavio pitanje: kolika je potrebna količina izvoza da bi se dobila određena količina uvoza?

Drugim rečima, ako jedna zemlja, recimo Srbija, danas dobije za vrednost izvoza jednu količinu izvezene robe X, a sutra za tu istu količinu i asortiman robe X +, odnosi razmene za Srbiju se poboljšavaju, i obrnuto, ako dobije X - , odnosi razmene se za nju pogoršavaju.

Sve se to prati na osnovu kretanja izvoznih i uvoznih cena za nepromenjenu količinu izvoza, odnosno uvoza neke zemlje sa svim zemljama sveta.

Mil je bio preteča *teorije platnog bilansa* i njegove ravnoteže. “Proizvodi jedne zemlje razmenjuju se za proizvode druge zemlje po takvoj ceni koja omogućuje da se sredstvima dobijenim za isporučenu robu inostranstvu može da plati izvršeni uvoz”. (J.S. Mill, str.12).

Može se zaključiti da je Milov doprinos teoriji spoljne trgovine veliki. On je u ovu teoriju uveo elemente potrošačke tražnje, ukusa, raspoloženja i subjektivnog dejstva kupaca, te obrazložio kakvi su uticaji spoljne trgovine na nacionalno bogatstvo, cene i platni bilans.

Pošto po mišljenju sva tri autora tzv. klasične engleske škole spoljne trgovine (Smit, Rikardo, Mil) međunarodna trgovina ujednačava uslove privređivanja na svetskom nivou, od nje imaju koristi sve zemlje koje u njoj učestvuju. To se odnosi čak i na zemlje koje su zbog izvoza sirovina i uvoza gotovih proizvoda podložne eksploataciji na svetskom tržištu, jer se u uslovima postojanja međunarodne specijalizacije i podele rada strana roba dobija jeftinije, a domaća prodaje skuplje bez obzira koja je zemlja sveta u pitanju. Smit i Rikardo, pri tome, su se zalagali za slobodnu trgovinu, dok Mil pominje potrebu zaštite “mlade industrije”, kako bi se održali odnosi razmene i ravnoteža izvoza i uvoza.

* 1. **Hekšer Olin Samjuelsonov model komparativnih prednosti**

 Po Rikardovoj teoriji komparativnih prednosti medunarodna razmena obavlja se zbog (i pod uticajem) razlika u komparativnim troškovima. Međutim, ova teorija ne pruža objašnjenje zašto su komparativne prednosti između zemalja različite. Odgovor na ovo pitanje pokušao je dati švedski ekonomista Eli Hekšer (Eli Hecksher) 1919. godine, a potom i njegov učenik Bertil Olin (Bertil Ohlin) 1933. godine. Njihovo učenje dopunio je američki ekonomista Pol Samjuelson (Paul Samuelson), pa se zato ova teorija naziva Hekšer-Olin-Semjuelsonov model (tzv. H.O.S. model). Ova teorija spada u neoklasničnu teoriju međunarodne trgovine i nosi naziv standardna teorija međunarodne trgovine.

Ovi naučnici su dokazali da se primenom teorije komparativnih prednosti, skuplji domaći proizvodi zamenjuju jeftinijim uvoznim i da se domaći proizvodi skuplje prodaju na svetskom nego na domaćem tržištu. Najuspešniji predstavnik među ovim ekonomistima je Šveđanin Bertil Olin, dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju za 1977.godinu. Svoje poglede on je izneo u delu *Međuregionalna i međunarodna trgovina.*

Olin je pošao od Rikardove teorije komparativnih prednosti, u koju je uneo sledeće kritike i novine.

1) Po Olinovom mišljenju osnovna Rikardova greška bila je što je uzeo rad kao jedini faktor formiranja troškova, vrednosti i cena kod proizvoda koji ulaze u međunarodnu razmenu. Drugi, takođe važni faktori, kao što su zemlja, kapital i kretanje ponude i tražnje, su potcenjeni. Olin je definisao troškove tri faktora proizvodnje i specijalizacije: zemlja, rad i kapital, kao inpute formiranja cena.

2) Po Olinu zemlje imaju tendenciju da izvoze robe za čiju proizvodnju intenzivno koriste faktore proizvodnje u kojima obiluju. Ako je cena rada niska, a zemljišna renta skupa, u izvoznim proizvodima koristi će se više rad, a manje prirodni faktori. Ako zemlja, u izvoznim proizvodima, intenzivno koristi radnu snagu cena tog faktora u međunarodnoj razmeni će rasti, a opadaće nekog drugog, na primer zemljišne rente.

3) Dokazao je, zatim, da međusobni uticaji proizvodnih i tržišnih faktora (ponuda i tražnja) određuju cenu, što je kombinacija Rikardove i Milove teorije komparativnih prednosti.

4) Na međunarodnu trgovinu najviše utiču raspoloživi faktori (“prirodni” i “stečeni”), na kojima se zasniva odredena proizvodnja i od kojih zavise cene. Ali Olin smatra da na ovu trgovinu utiču transportni troškovi i mere trgovinske politike (posebno carine i devizni kursevi). Pošto su cene najvažnije za konkurentnost, one se uvek moraju uvećavati za transportne troškove, pa ako su oni veliki dolazi do eliminacije neke robe sa svetskog tržišta. Cene mogu deformisati i nacionalne ekonomske politike, na primer primenom carina, izvoznih premija, dampinga izvoznih cena i slično. Zbog toga se Olin zalaže za što više tržišnog, spontanog i liberalnog u međunarodnoj trgovini kako bi roba išla svojim prirodnim kanalima, a mere trgovinske politike preporučuje samo kao eventualne i privremene, i to ako bi zapretila opasnost od velike nezaposlenosti. U protivnom je okrnjeno dejstvo ponude i tražnje izobilja faktora proizvodnje.

5) Spoljna trgovina, povratno, takođe utiče na cene zemlje, rada i kapitala. Po Olinovom mišljenju, proces izravnavanja robnih cena, do koga dovodi međunarodna trgovina, utiče i na izravnavanje cena faktora proizvodnje (zemljišna renta, najamnina, kamata). U idealnoj primeni ovog modela međunarodna trgovina bi dejstvom ponude i tražnje dovela do izjednačavanja cene faktora proizvodnje, poput rada i kapitala između zemalja. Sve, ukoliko ne postoje trgovinske barijere i velike razlike u tehnologiji izrade proizvoda. Tehnologija se meri po učešću obrazovane radne snage i njenih izuma.

6) Dok Rikardo smatra da postoje dve teorije jedna za spoljnu, druga za unutrašnju trgovinu, Olin trgovinu u celini posmatra kao problem lokacije proizvodnje prema raspoloživim komparativnim prednostima, odnosno faktorima proizvodnje. Po njegovom mišljenju ne postoji razlika između unutrašnje i spoljne trgovine, već je bitno da li postoje razlike domaćih i stranih cena. Zbog toga neki teoretičari Olinovu teoriju nazivaju i teorijom *opšte privredne ravnoteže* unutrašnje i spoljne, a najčešće se naziva standardnom teorijom spoljne trgovine.

7) Kroz trgovinu se vrše međusobne preraspodele u korist zemalja koje izvoze proizvode zasnovane na intenzivnim faktorima kojima one obiluju. U Rikardovom modelu trgovina donosi koristi svim zemljama, a u Olinovom može doneti i gubitke zavisno kako se kreću izvozne i uvozne cene robe i faktora. U krajnjoj liniji preraspodele zavise od odnosa ponude i tražnje za pojedinim robama koje zemlje nude i traže.

Olin nije u celini negirao Rikardovu koncepciju, već je prihvatio teoriju komparativnih troškova. Međutim, uočio je razlike upoređivanjem pojedinih vrsta troškova u pojedinim zemljama u zavisnosti od toga kojim faktorima proizvodnje svaka od njih raspolaže. ”Opšte uzevši, faktori kojih ima u izobilju su relativno jeftini, a oskudni faktori su ralativno skuplji u svakom delu sveta. Robe koje za svoju proizvodnju zahtevaju mnogo prvog, a malo onog dugog, izvoze su u razmenu za robe koje traže faktore u obrnutim (suprotnim) proporcijama. I, tako, indirektno faktori kojih ima u izobilju se izvoze, a faktori koji su oskudni u ponudi, uvoze. (Bertil Ohlin,1955, str. 67).

Određena zemlja, dakle, ima komparativne prednosti u onoj robi čija proizvodnja intenzivno koristi faktore kojima ta zemlja obiluje. Na primer, Australija ima prednosti u proizvodnji vune, Finska u proizvodnji drveta i papira, Belgija u proizvodnji crne metalurgije, SAD u proizvodnji pšenice (prirodni faktor), automobila i kompjutera (obučena radna snaga i raspoloživi kapital), Nemačka u mašinogradnji, hemiji, Japan kod automobila, u elektronici, hemiji i slično.

Za razliku od Rikarda, Olin smatra da su faktori rad i kapital između zemalja mobilni, a njihove proporcije promenljive tokom vremena. On je time dinamizirao klasičnu teoriju spoljne trgovine, pa njegova teorija spada u dinamičku koncepciju međunarodne podele rada i konkurentnosti.

Olin je posebno uočio značaj čvrstog novca, deviznog kursa i platnog bilansa u spoljnoj trgovini. Po njegovom mišljenju, pasivan spoljni bilans dovodi se u ravnotežu putem odliva zlata ili konvertibilnih valuta, dok se unutrašnji debalansi mogu rešavati i merama ekonomske politike, kao što su nadnice, porezi i kamatne stope. Veliki značaj, u prilagođavanju mera trgovinske politike, pridavao se održavanju likvidnosti u međunarodnim plaćanjima.

Zemlja sa višim cenama težiće da uvozi robu iz inostranstva po nižim cenama, ali će u tom slučaju valuta te zemlje opasti u odnosu na valutu izvozničke zemlje. Taj porast kursa učiniće proizvode izvozničke zemlje skupljim, a uvozničke jeftinijim, što će uticati na uspostavljanje ravnoteže. Time je devizni kurs postao instrument prilagođavanja, koji se formira na nivou na kome se vrednost uvoza robe izjednačava sa vrednošću njenog izvoza. Po Olinu, kurs mora biti realan da bi realne komparativne prednosti u spoljnoj trgovini, izražene u cenama, mogle doći do izražaja.

Američki ekonomista Pol Samjuelson, dopunio je Olinovu teoriju uvodeći razlike u ukusima i tražnji. Postavio je pitanje da li će do trgovine doći i između dve zemlje kod kojih su proizvodni troškovi i cene identični. Po njegovom mišljenju, do trgovine će doći i u tom slučaju, jer postoje razlike u *ukusima* u pojedinim zemljama. On je naveo primer Norveške i Švedske, koje po približno istim troškovima mogu proizvesti ribu i meso. Međutim, pošto Šveđani više vole meso, a Norvežani ribu, doći će do izvoza ribe iz Švedske u Norvešku, i obrnuto, do izvoza mesa iz Norveške u Švedsku (Paul Samuelson,1969, str. 701-702).

U kasnijim radovima Samjuelson ukazuje na značaj svetske ponude i tražnje kod svakog proizvoda, sa aspekta mogućnosti njegovog izvoza, odnosno uvoza i rentabilnosti njegove proizvodnje.

**2. Savremene teorije**

Savremeni teoretičari uvodili su nove faktore od kojih zavise komparativne prednosti, ili su, pak, na praktičnim primerima izvozne i uvozne strukture u pojedinim zemljama proveravali samu teoriju i kritički se osvrtali na njene postavke. Od novih faktora najčešće se spominje tehnologija, odnosno tehnološki progres kao otkriće potpuno novih proizvoda ili inoviranje postojećih, uvodenje savremenog marketinga i menadžmenta kao sastavnih delova tehnološkog progresa. Tehnologija na razvoj spoljne trgovine deluje direktno, ili indirektno, tj. preko drugih faktora proizvodnje, posebno kapitala i radne snage.

Najnovija, tehnološka, odnosno informatička revolucija, brzo i potpuno menja svet, u čemu najveći doprinos daju SAD, Japan i Evropska unija. Tehnologija menja proizvodnu i izvoznu strukturu ka većem kvalitetu, povoljnijoj ceni i opštoj konkurentnosti ponude. Sa aspekta komparativnih prednosti osnovne karakteristike promena u savremenoj privredi jesu:

* primena nove tehnike i tehnologije u proizvodnji,
* promena uloge pojedinih faktora proizvodnje i odnosa među njima,
* promena strukture proizvodnje i zaposlenosti, uključujući jačanje sektora usluga,
* mobilnost ne samo proizvoda i usluga, nego i faktora proizvodnje između zemalja.

Statistika spoljne trgovine pokazuje da najveću dinamiku razmene (izvoza) imaju proizvodi visokog tehnološkog intenziteta: kompjuteri za kancelarijsko poslovanje (16%), elektronika i telekomunikacije (12%), naučni instrumenti (13%), automobili (10%) i farmaceutski proizvodi (10%). (WTO, 2006.) Nažalost, zemlje u razvoju skoro da i nemaju pomenute vrste proizvoda, jer u većini slučajeva imaju monokulturnu privredu. Na značaj *tehnologije* kao faktora konkurentnosti u spoljnoj trgovini prvi je ukazao engleski teoretičar Posner. Tradicionalni faktori proizvodnje: zemljište odnosno prirodni resursi, radna snaga i kapital, po njemu, mogu dati efekte samo uz primenu savremenog znanja i savremenog menadžmenta. Po njegovom mišljenju tehnologija deluje i na postojeće proizvode i faktore proizvodnje, ali je najvažnije njeno dejstvo kada je reč o novim proizvodima, sve dok oni u inostranstvu ne budu kopirani ili izmenjeni. Kad prestane konkurentska tehnološka prednost jednog proizvoda, zemlja treba da se bori za tehnološki monopol nekog drugog proizvoda

Čuveni američki teoretičar Majkl Porter je naveo četiri faktora konkurentnosti:

* faktori proizvodnje (products conditions),
* uslovi tražnje (demand conditions),
* nivo razvijenosti povezanih i pratećih industrija (related and supporting industries),
* strategija, struktura i rivalitet firmi.

Ova četiri faktora koje naziva dijamantom, odnosno rombom utiču na produktivnost rada odnosno konkurentske prednosti. (Porter M.,1990.)

Faktori proizvodnje čine skup heterogenih faktora, kao što su prirodni resursi, kvalifikovana radna snaga, infrastruktura, lokacija zemlje, kvalitet, znanje i iskustvo (umeće). Važna je raspoloživost faktora proizvodnje kao i da li se oni koriste po tehnološkim zahtevima. Najuspešnije su zemlje koje stalno usavršavaju radnu snagu kroz sistem obrazovanja i koje koriste tehnološki progres (inovacije i marketing).

Kvalitet tražnje na domaćem tržištu je drugi važan faktor makro konkurentnosti. Ako je domaća tražnja (kupci) probirljiva u pogledu kvaliteta, izgleda, načina pakovanja, načina obeležavanja proizvoda to je odskočna tačka za konkurentnost u inostranstvu.

Rast domaće tražnje u SAD (na primer avioni Boing, Coca Cola, Mcdonald’s, Jeans, Nike i sl.) digao je, do neslućenih razmera, konkurentnost Amerike u inostranstvu, istih proizvoda. Nivo razvijenosti povezanih i pratećih industrija je važan, sa stanovišta konkurentnosti cena. Ako su visoke dobavljačke cene infrastrukture, energije, saobraćaja, crnih i obojenih metala, sirovina, komponenti, delova, opreme, zakupa, poreza, onda će cene teško biti konkurentne u inostranstvu, bez obzira na troškove rada (a često i kapitala).

Strategija, struktura i rivalitet firmi kao četvrti faktor zavisi od kvaliteta menadžmenta, da firme i proizvode učine sposobnim da stiču profit uz minimalno nužan rizik, delujući u uslovima najžešće međunarodne konkurencije. Pri tome inovacije zasnovanim na pravovremenim informacijama, smatraju se srcem nacionalne konkurentnosti.

Konkurencija je pozitivna, a borba protiv monopola nužna, s tim da Porter ne osuđuje ni strateške alijanse koje vode saradnji i time otupljuju oštricu iscrpljujuće ko nkurencije.

Porter je dao i prvu definiciju klastera, kao geografski udruženih preduzeća radi ostvarivanja konkurentnosti u spoljnoj trgovini: ”Klaster je geografska koncentracija međusobno povezanih preduzeća, specijalizovanih dobavljača robe i usluga, preduzeća u srodnim delatnostima: na primer univerziteta, institucija za standardizaciju i kvalitet, preduzeća u određenim delatnostima koje međusobno konkurišu ali i sarađuju.” (Porter, 1990.) Udružena preduzeća, na određenoj lokaciji, proizvode sinergiju i povećavaju konkurentske prednosti.

Klasična teorija zasniva se na nemobilnosti faktora proizvodnje između zemalja, konstantnim prinosima od faktora proizvodnje i nepostojanju eksterne ekonomije. Savremena teorija je tražila odgovore šta se dešava sa teorijom spoljne trgovine u uslovima kada su ne samo proizvodi nego i faktori proizvodnje između zemalja mobilni, kada proizvodnja nije homogena (nego je deljiva), prinosi od faktora proizvodnje nisu konstantni i kada, pored interne, postoji i eksterna ekonomija.

Na ova pitanja odgovore su dali nosioci moderne teorije moderne trgovine i konkurentnosti (Dixt, A. i Stiglitz J, 1997). Oni su dokazali da su razlike u konkurentnosti ako neka preduzeća imaju rastuće, a druga opadajuće prinose, ako pojedina imaju, a drugi nemaju eksternu ekonomiju, ako neka mogu a druga ne mogu da vrše diversifikaciju svoje proizvodnje. Nova teorija uključuje segmentaciju tržišta (diferencijaciju proizvoda, kvalitet, cene, razlike u tehnologiji) i ekonomiji obima preko stratetegije širenja firmi. “Nova teorija mora da odgovori zašto su neke kompanije inovativnije od drugih, zašto neke zemlje imaju povoljnije okruženje za sticanje profita od drguih.” (Porter, 2008, str. 166-167)

Američki teoretičar menadžmenta Peter F. Draker je pod konkurentnošću („teorijom biznisa“) podrazumevao:

a) pretpostavke o kretanju faktora eksternog okruženja (društvo i njegove strukture, tržišno ekonomska kretanja, tehnologija, politička i demokratska kretanja);

b) pretpostavke o misiji preduzeća (svrha postojanja), a ona se svodi na stalno kreiranje kupca kao potrošača njenih proizvoda i usluga;

c) pretpostavka o jezgru i suštini konkurentnosti zasnovane na integrisanim sposobnostima, veštinama, znanjima, dobrom organizacijom i tehnologijama (Peter F. Drucker, 2001.)

Multinacionalne korporacije (motivisane profitom) kombinuju resurse širom sveta koristeći diversifikaciju proizvodnje, internu i eksternu ekonomiju obima i monopolsko ponašanje. Bore se da proizvode određene proizvode u određenim delovima sveta sa najvećim komparativnim prednostima.

Interna ekonomija, pri tome, predstavlja povećanje proizvodnje uz smanjenje jediničnih proizvodnih troškova na jednom homogenom proizvodu (ekonomija obima). Eksterna ekonomija nastaje kada jedan proizvod i kroz kooperaciju proizvodi više proizvođača iz više zemalja, kombinujući tehniku podele rada, obučenu radnu snagu, visok kvalitet proizvoda, najveću produktivnost, najniže troškove‚ pa obezbeđuju sinergiju proizvodnje. Umesto, do tada, teorije homogenih proizvoda, nastaje diversifikovana proizvodnja, koju oličavaju intraindustrijska trgovina i kooperacija, nastala u pogonima transnacionalnih kompanija širom sveta. To objašnjava najdinamičnije širenje trgovine između samih razvijenih zemalja koje imaju iste ili slične faktore proizvodnje (na primer, između zemalja članica EU). Eksterna ekonomija dovela je do pojave niza pratećih (nus) proizvoda.

Diversifikacija proizvoda, koja je prilagodiva i reaguje na zahteve kupaca, omogućava ekonomiju obima, a carinska i druga zaštita koja pogoduje narastanju i održavanju monopola, doprinosi privlačenju stranih kompanija i podstiče izvoz.

U novoj teoriji spoljne trgovine aktuelna je potpuna globalizacija svetske privrede kroz novi svetski poredak, koji predvode SAD kao jedina preostala supersila. Komponente ekonomske globalizacije su: liberalizacija svetske trgovine, mobilnost radne snage i kapitala, raspoloživost novih tehnologija širom sveta (posebno informacionih), formiranje regionalnih trgovinskih blokova i globalno delovanje transnacionalnih i multinacionalnih kompanija. Sve to zasniva se na raspoloživom osnovnom kapitalu, modernom sistemu obrazovanja, modernom upravljanju i rukovođenju (menadžmentu) i modernom marketingu kao savremenoj tehnologiji osvajanja tržišta. Usluge su postale najdinamičnija kategorija razvoja, dinamičnija čak i od industrije najvišeg stepena prerade. Najveće impulse razvoju tehnologije daju informatika, robotika, genetika, novi materijali i telekomunikacije.

Potencijali novih ideja, tehnologija, znanja i tržišta mogu se najbolje koristiti uz saradnju različitih učesnika: proizvodnja, trgovina, obrazovanje, nauka, državna administracija. Porter veliki značaj daje lokaciji proizvodnje, privlačenju stranih direktnih investicija, rastu produktivnosti i razvoj infrastrukture, inovacijama i sposobnosti poslovanja u elektronskoj ekonomiji. Svaka kompanija mora da usvoji globalni pristup, strategijom svoje proizvode mora da prodaje širom sveta, sopstvene marke, uz liderstvo i preko međunarodnih kanala marketinga koje ona kontroliše. Globalni pristup može, čak, od kompanije da zahteva izmeštanje proizvodnje u druge zemlje, kako bi koristila prednosti niskih zarada, stekla i olakšala pristup tržištu, ili iskoristila prednost strane tehnologije. Ako nije informaciono opremljena i ne prikuplja prave informacije kompanija počinje da stagnira i samo je pitanje vremena kada će je preteći agresivniji konkurenti (Porter, 2008., str.167-170). Da bi se uvećala konkurentnost, preko korišćenja porekla proizvoda, jeftinije proizvodnje i ekonomija obima u svetskoj privredi, posebno u privredama zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji, došlo se do pojma klastera. Reč klaster je engleskog porekla i predstavlja geografski omeđenu koncentraciju proizvodnih i drugih komplementarnih delatnosti radi povećanja konkurentnosti u proizvodnji i zvozu. Značaj i vrednovanje faktora proizvodnje u međunarodnoj specijalizaciji pojedinih zemalja i proizvoda, išli su sledećom putanjom:

1) prirodno intenzivni proizvodi, kod kojih su zemlja, klima i prirodna bogatstva najznačajniji faktori proizvodnje i međunarodne specijalizacije određene zemlje;

2) radno intenzivni proizvodi, kod kojih je fizički rad glavni faktor proizvodnje;

3) kapitalno intenzivni proizvodi, kod kojih je kapital (osnovni i obrtni) glavni faktor proizvodnje, zasnovan je na štednji stanovništva i prilivu stranih investicija;

4) naučno-tehnološki intenzivni proizvodi, kod kojih su obrazovanje i tehnologija glavni faktori proizvodnje.

Navedeni faktori proizvodnje sadržani su u ceni skoro svakog proizvoda i uvek su u pitanju njihove određene kombinacije.

Na svetskom tržištu najbolje prolaze zemlje i proizvođači, kod kojih u okviru cene proizvoda sve veći značaj zauzima tehnologija koja se zasniva na kapitalu i visokostručnom radu.

Savremena konkurentnost je integralna od nivoa preduzeća (mikrokonkurentnost) do nivoa države i okruženja (makrokonkurentnost).

Teorija komparativnih i konkurentskih prednosti, koja se zalaže da svako treba da proizvodi i izvozi ono kod čega ima najveće uporedne i razvojne prednosti, a da uvozi ono što ne može proizvoditi pod konkurentnim uslovima, i dalje je osnovni zakon spoljne trgovine.

Ovu teoriju kritikovali su i u praksi proveravali mnogi naučnici, a najviše američki teoretičar ruskog porekla Vasilij Leontijev.

Leontijev paradoks

Prvi empirijski test H-O-S modela je sproveo Vasilij Leontijev 1951. godine koristeći podatke za SAD za 1947. godinu. SAD su, u to vreme, bile kapitalno obilne, pa je Leontijev očekivao da će dobiti rezultat da SAD izvozi kapitalno intenzivne proizvode.[[3]](#footnote-3) Rezultati su bili neočekivani. Uvozni supstituti SAD-a su bili za oko 30% kapitalno intenzivniji od izvoza SAD-a.

 Jedno od objašnjenja ovog paradoksa je da sam dvofaktorski model rad i kapital nije dovoljan. Proizvodi mogu biti intenzivni i po prirodnim resursima, a s druge strane i mnogi proizvodni procesi koji koriste prirodne resurse, kao što je dobijanje uglja, proizvodnja čelika i poljoprivredna proizvodnja, takođe zahtevaju veliku količinu kapitala.

 Na drugoj strani se javlja faktor carina. SAD, kao i većina zapadnih zemalja imaju visoke carine na radno intenzivne proizvode, štiteći sopstveno stanovništvo u smislu radnih mesta, pa to predstavlja barijeru uvoza radno intenzivnih proizvoda, što je bio očekivani rezultat testa H-O-S modela. Sledeće što H-O-S teorija, a ni Leontijev nisu razmatrali, je situacija dorade poluproizvoda, u smislu dorade korišćenjem visoko specijalizovanog rada. SAD uvoze određene poluproizvode i visokospecijalizovanim radom, unutar svoje države, dorađuju. Taj rad se smatra intenzivnim radom, ali se značajno razlikuje od „uobičajenog“ znatno manje zahtevnog rada, koji podrazumevamo pod terminom „rad“, naročito u manje razvijenim zemljama. Na primer, kompanije iz SAD-a će proizvesti u Meksiku veći deo delova za autoindustriju, koristeći prednosti jeftinijeg rada meksičkih radnika, ali do određenog stepena složenosti. One komponente, ili pojedine delove komponenti, za koji je potreban visoko specijalizovan rad (na visokom nivou stručnosti), proizvodiće u SAD-u.

Kvalifikovanu vrstu rada treba razlikovati od one manje kvalifikovane, pa je u model potrebno uvoditi pojmove znanja, stručnosti, visokokvalifikovan rad, i slično, u kojima većina nerazvijenih zemalja i zemalja u razvoju zaostaje. Stoga su i nastali pojmovi kao što je „intelektualna svojina“, jer nisu samo tehnologija i kapital prednost visoko razvijenih zemalja.

Uspešniju kritiku teorije komparativnih prednosti dali su teoretičari razvoja: Marks, Emanuel, Prebiš, Singer, Levis, Mirdal i drugi. Osnovne teze njihove kritike zasnivaju se na eksploataciji zemalja u razvoju na svetskom tržištu te na potrebi da i one proizvode finalne proizvode visokog stepena obrade, a ne samo sirovine, što bi, prema teoriji komparativnih prednosti, bilo teško ostvariti. Ovde je reč o dinamičkoj (a ne statičkoj) primeni teorije komparativnih prednosti u borbi za ubrzani razvoj, budući da se ta teorija i njeno dejstvo na svetskom tržištu ničim ne mogu pobiti.

Najveći uticaj trgovine na proces proizvodnje, a samim tim i na zaposlenost u jednoj zemlji, ogleda se u podeli proizvodnog procesa. Naime, međunarodna trgovina omogućava da se delovi finalnog proizvoda izrađuju u različitim državama a zatim sklapaju, čineći tako proizvod koji potrošači kupuju. Ova specifičnost savremene trgovine je podelu na razvijene (industrijalizovane) i zemlje u razvoju učinila bespotrebnom, jer je danas, na primer, industrijska proizvodnja najveća u Kini, iako se ona ne smatra razvijenom (industrijalizovanom) zemljom.

**Uvod**

Trgovinska delatnost se u svim državama sveta tretira kao zasebna grana nacionalne privrede, sa ciljem ostvarivanja profita i širih, društvenih ciljeva. Međunarodna trgovina posreduje u procesu  razmenu robe i neproizvodnih usluga kao što su špedicija, transport robe i putnika, bankarske usluge, ugostiteljsko-turističke usluge, usluge osiguranja, telekomunikacione usluge i drugo.[[4]](#footnote-4) Međunarodna trgovina predstavlja deo prometa robe i usluga kao kupoprodajnog predmeta koji prelazi carinsku granicu jedne države i ulazi na teritoriju države kupca, odnosno prodavca.

S druge strane, međunarodno poslovanje obuhvata redovnu razmenu robe i usluga sa državama u inostranstvu. Ove transakcije mogu biti privatne ili vladine. U slučaju privatnih firmi, transakcija je motivisana profitom, dok transakcije vlada zemalja često za cilj imaju ostvarivanje političko-ekonomskih interesa pojedinih država.

**Rezime:** Spoljnu trgovinu karakteriše prelazak trgovinsko-političke granice određenog regiona ili zemlje. Geografske i kulturološke udaljenosti između zemalja se permanentno smanjuju usled ekspanzije tehničko-tehnološkog razvoja, čime je omogućeno kompanijama znatno proširenje tržišta i izvora sirovina. Za današnje međunarodno poslovanje, karakteristično je udruživanje, spajanje (merdžeri) međunarodnih konkurenata, čiji je motiv u ostvarivanju što većeg tržišnog učešća. U tom smislu, savremenim preduzećima stoji na raspolaganju više vrsta i oblika nastupa na inostranom tržištu. Strategija preduzeća kojom se ono usmerava prema određenom broju ili čak prema svim tržišnim segmentima, ali s posebnim ili diferenciranim marketinškim programom naziva se diferencirani marketing, što znači da se prema svakom segmentu tržišta u skladu s njegovim relevantnim karakteristikama stvara i specifična politika proizvoda, cena, kanala distribucije i promocije. Ovom tržišnom strategijom preduzeće se nastoji bolje pozicionirati i ostvariti veći obim prodaje u određenim segmentima. Jačim i specifičnim usmerenjem prema pojedinim segmentima očekuje se da će porasti i lojalnost potrošača prema preduzeću koje sprovodi strategiju diferenciranog marketinga.

Pitanja za proveru znanja:

1. Šta predstavlja direktan,a šta indirektan izvoz?
2. Za čije ime i za čiji račun radi posrednik?
3. Del credere klauzula u ugovoru o zastupanju
4. Instradicija i dispozicija
1. Unković M. (2010), str.195-205. [↑](#footnote-ref-1)
2. M.Unković (2010), str.205-2010. [↑](#footnote-ref-2)
3. D.Salvatore, *Međunarodna ekonomija*, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2009, str. 153 [↑](#footnote-ref-3)
4. Kotlica, S. (2001) *Osnovi menadžmenta novih tehnologija i inovacija*, *Megatrend*, Univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2001. [↑](#footnote-ref-4)