

Dr Đorđe Ćuzović
naučni saradnik

MEĐUNARODNA TRGOVINA

Novi Sad, 2021.

dr Đorđe Ćuzović
naučni saradnik

MEĐUNARODNA TRGOVINA

Izdavač:

Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad

Za izdavača:

dr Jelena Damnjanović

Recenzent:

dr Dragoljub Jovičić

Elektronsko izdanje – pomoćna udžbenička građa (skripta)

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

339.5(075.8)(0.034.2)

ЋУЗОВИЋ, Ђорђе, 1984 -

Međunarodna trgovina [Elektronski izvor] / Đorđe Ćuzović. - Novi Sad : Visoka poslovna škola strukovnih studija, 2021

Način pristupa (URL): <http://vps.ns.ac.rs>. - Opis zasnovan na stanju na dan 03.03.2021. - Nasl. s naslovnog ekrana. - Bibliografija.

ISBN 978-86-7203-190-4

a) Међународна трговина

COBISS.SR-ID 33192969

© 2021. Đorđe Ćuzović

Sva prava su zadržana. Ni jedan deo ove knjige ne može biti reproduktovan niti smešten u sistem za pretraživanje ili transmitovanje u bilo kom obliku – elektronski, mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način, bez pismene saglasnosti autora.

PREDGOVOR

Zemlje su danas intenzivno povezane kroz trgovinu robom, uslugama, kretanje kapitala i međusobne investicije. Dostupni podaci ukazuju da je prosečan rast svetskog izvoza nadmašio rast svetskog BDP-a poslednjih godina. Međunarodna trgovina analizira poslovne aktivnost koje se obavljaju između različitih zemalja. Shodno napred navedenom skripta iz predmeta Međunarodna trgovina analizira osnovne pojmove povezane sa međunarodnom trgovinom, subjekte međunarodne trgovine, međunarodna tržišta, međunarodno poslovanje, organizovana međunarodna tržišta i spoljnotrgovinsku politiku zemalja.

Skripta Međunarodna trgovina predstavlja materijal koji je namenjen izučavanju istoimenog predmeta na smeru Trgovina i međunarodno poslovanje na Visokoj poslovnoj školi strukovnih studija u Novom Sadu. Tekst iznet u ovoj skripti oslanja se na najpoznatije domaće i svetske udžbenike iz ove oblasti, među kojim bi izdvojili: *Međunarodna trgovina* autora profesora Predraga Bjelića, *Međunarodna trgovina* autora profesora Mladen Kovačevića, *Savremena međunarodna trgovina* autora profesora Milorada Unkovića, *International Trade: Theory and Policy* autora Krugman P., Obstfeld, M. i Melitz, M. i *International Trade* autora Feenstra R. i Taylor A i dr. Skripta je prilagođena nastavnom planu na predmetu Međunarodna trgovina na Visokoj poslovnoj školi strukovnih studija u Novom Sadu.

Materijal je namenjen studentima Visoke poslovne škole strukovnih studija u Novom Sadu kako bi im pružila neophodnu teorijsku osnovu za izučavanje međunarodne trgovine.

Autor duguju veliku zahvalnost svima koji su doprineli da se ovaj materijal objavi.

Novi Sad, januar 2021.

Autor

SADRŽAJ

1. Pojam i definisanje međunarodne trgovine
 - 1.1. Istorijski razvoj trgovine kao privredne aktivnosti
 - 1.1.2. Najstariji trgovački narodi
 - 1.2. Definisanje međunarodne trgovine
 - 1.3. Istorijski razvoj svetske ekonomije
 - 1.4. Trgovina u globalnoj ekonomiji
2. SUBJEKTI MEĐUNARODNE TRGOVINE
 - 2.1. GLAVNI SUBJEKTI MEĐUNARODNE TRGOVINE
 - 2.1.1. Konkurentnost nacionalnih privreda
 - 2.1.2. Merenje konkurentnosti prema metodologiji Svetskog ekonomskog foruma
 - 2.1.3. Faktori konkurentnosti nacionalnih privreda
 - 2.2. MEĐUNARODNE ORGANIZACIJE
 - 2.3. TRANSNACIONALNA PREDUZEĆA
 - 2.3.1. Internacionalizacija poslovanja transnacionalnih preduzeća
 - 2.3.2. TNK kao subjekti međunarodne trgovine
 - 2.3.3. Statistika trgovine stranih filijala (Foreign Affiliate Trade Statistics)
3. Međunarodna tržišta
 - 3.1. Međunarodna trgovina primarnim proizvodima
 - 3.2. Međunarodna trgovina industrijskim proizvodima
 - 3.3. Međunarodna trgovina uslugama
 - 3.4. Međunarodna trgovina proizvodima intelektualne svojine
4. MEĐUNARODNO POSLOVANJE
 - 4.1. Nosioци međunarodne trgovine
 - 4.2. Metode ulaska na strana tržišta
 - 4.3. Plaćanja u međunarodnoj trgovini
 - 4.3.1. Kontratrgovina
 - 4.4. Slobodne zone
 - 4.4.2. Slobodne proizvodne zone
 - 4.5. Globalna elektronska trgovina
5. Organizovana međunarodna tržišta

- 5.1. Međunarodni sajmovi
- 5.2. Međunarodne aukcije
- 5.3. Međunarodne robne berze
 - 5.3.1. Berze - visokostandardizovane institucije berzanske trgovine
 - 5.3.2. Standardizacija elemenata berzanske trgovine – preduslov za internacionalizaciju tržišta
 - 5.3.3. Robne berze u tržišno razvijenim zemljama (primer: Londonska berza metala)
 - 5.3.4. Produktna berza u Novom Sadu – perjanica berzanske trgovine u Srbiji
- 6. Spoljnotrgovinska politika
 - 6.1. Instrumenti spoljnotrgovinske politike
 - 6.1.1. Carine
 - 6.1.2. Necarinske mere
 - 6.2. TRGOVINSKA LIBERALIZACIJA
 - 6.2.1. Slobodna trgovina
 - 6.2.2. Uticaj trgovinske liberalizacije na privredni rast
 - 6.2.3. Protekcionizam kao instrument trgovinske politike
 - 6.2.4. Argumenti protiv slobodne trgovine (argumenti za protekcionizam)
- 7. Regionalne ekonomske integracije
 - 7.1. Regionalizam u funkciji kanalisanja trgovinskih sporazuma
 - 7.2. Regionalno povezivanje trgovinskih tokova
 - 7.3. Ekonomska integracija pokretač procesa globalizacije
 - 7.3.1. Koristi koje ekonomska integracija donosi nacionalnim privredama
 - 7.3.2. Strategije uklapanja ekonomskih integracija u globalne tokove
 - 7.4. Modaliteti regionalnih ekonomskih integracija
 - 7.4.1. Zona slobodne trgovine
 - 7.4.2. Carinska unija
 - 7.4.3. Zajedničko tržište
 - 7.4.4. Ekonomska unija
 - 7.4.5. Stvaranje monetarne unije

Literatura

1. POJAM I DEFINISANJE MEĐUNARODNE TRGOVINE

1.1. ISTORIJSKI RAZVOJ TRGOVINE KAO PRIVREDNE AKTIVNOSTI

Razvoj trgovine povezan je sa razvojem ljudskog društva. Trgovina je nastala u trećoj društvenoj podeli rada. U prvoj društvenoj podeli rada stočarstvo se odvojilo od zemljoradnje, u drugoj se izdvojilo zanatstvo i u trećoj trgovina. Tokom razvoja ljudskog društva bilo je neophodno da se ispune tri preduslova za razvoj trgovine, i to (Ćuzović, 2009): 1) Društvena podela rada i pojava specijalizovanih proizvođača koji će obavljati robnu razmenu; 2) Razvoj proizvodnih snaga koje su omogućile proizvođačima da proizvode više dobara i ramena viška dobara za proizvode koji mu nedostaju i 3) Pojava privatne svojine, jer „privatna razmena ima za pretpostavku privatnu proizvodnju“.

Prvobitna razmena bila je povezana sa verskim običajima. Ljudi su davali poklone rođacima ili prijateljima, a primalac je prema običajima bio obavezan da uzvрати poklonom. Razmena se obavljala u vreme verskih praznika, pa se naziva i „ceremonijalna razmena“. Razmena proizvoda se obavljala između različitih plemena. Ovaj oblik razmene naziva se „nema razmena“. Pripadnici plemena su na mestima u blizini granice plemena donosili proizvode, nakon čega bi pripadnici drugog plemena doneo svoje proizvode za razmenu i uzimao ostavljene. Ukoliko ne bi uzeo ponuđene proizvode to bi bio znak da učesnik poveća svoju ponudu ili da vrati početka dobra.

Pojava novca predstavljala je preduslov za razvoj savremene trgovine. Novac postaje opšti ekvivalent kojim se izražava vrednost proizvoda i preduslov za nastanak robno-novčane razmene. Direktnu razmenu robe za robu (trampa) zamenjuje razmena koja se odvija u dva akta – kupovinu i prodaju korišćenjem novca. U ovom periodu dolazi i do rasta proizvodnih kapaciteta i proizvodnju za tržište. Trgovina dobija značaj kao posrednik između zainteresovanih strana i organizuje razmenu po obrascu $N-R-N1$ ($N < N1$). Razlika između nabavne i prodajne cene predstavlja zaradu trgovca (maržu). U prvim faza razvoja trgovine, trgovinom su se uglavnom bavili proizvođači i zanatlije koje su prodavali višak proizvoda. Tek kasnije u ovaj proces se uključuju trgovci posrednici.

Trgovina se u početku obavljala kao nomadska trgovina, gde su trgovci putovali od mesta do mesta i nudili robu. Zbog bezbednosti počeli su da se grupišu u karavane kako bi se zaštitili od razbojnika. Slično kao i na kopnu trgovina je počela da se razvija i pomorskim putem. Trgovci koji su koristili pomorske puteve takođe počinju da se grupišu kako bi se lakše zaštitili od gusara koji su presretali brodove.

Trgovina predstavlja aktivnost koja povezuje sferu proizvodnje sa sferom potrošnje. Zadatak trgovine je da obezbedi ponudu robe u traženim

količinama i asortimanu, u vremenu kada se traži i po cenama i drugim uslovima koje su kupci spremni da prihvate (Lovreta, Radunović, Petković & Končar, 2000). Trgovina ima tri osnovne funkcije:

1. interpersonalnu,
2. interlokalnu i
3. intertemporalnu.

Interpersonalna funkcija trgovine je poveže one koji imaju robu i one kojima je roba potrebna tj. da nabavi robu od proizvođača koji imaju robu i proda je onima koji je ova roba potrebna. Interlokalna funkcija trgovine je poveže tržišta na kojima robe ima u obilju i gde je cena niža sa tržištima na kojima je ponuda manja i cena viša. Intertemporalna funkcija trgovine ogleda se u tome da se usklade vremenska odstupanja između ponude i tražnje. Ova funkcija trgovine ogleda se u tome da robu nabavlja u vremenskom periodu kada je ponuda velika i kada je cena niža i prodaje robu u vremenu kada tražnja nadmaši ponudu i kada je cena viša.

Trgovina se prema obimu prometa i krajnjoj nameni može podeliti na trgovinu na veliko i trgovinu na malo. Trgovina na veliko podrazumeva prodaju robe u velikim količinama i to trgovinama na malo, proizvođačima i tzv. krupnim potrošačima. Trgovina na malo nabavlja manju količinu robu od trgovine na veliko ili neposredno od proizvođača i pretežno prodaje krajnjim potrošačima.

U zavisnosti od toga da li prilikom trgovine roba prelazi granicu nacionalne privrede trgovinu možemo podeliti na domaću ili unutrašnju trgovinu i međunarodnu (spoljnu) trgovinu. Termini spoljna i međunarodna trgovina nisu sinonimi. Spoljna trgovina izučava trgovinu jedne zemlje sa svetom, a međunarodna trgovina ukupno kretanje trgovine između svih zemalja u svetu, tj. svetsku trgovinu. Glavni nosioci međunarodne trgovine su preduzeća i pojedinci (preduzetnici), koji su glavni subjekti spoljne trgovine. Težište definisanja spoljne trgovine je više na mikroekonomskih subjektima (preduzećima), kao rezidentima jedne nacionalne privrede, koji su nosioci međunarodne trgovinske aktivnosti, a ugao posmatranja je stanovište jedne određene zemlje (Bjelić, 2011).

Razmena proizvoda posredstvom trgovine bila je skromna sve do pojave kapitalizma i razvoja proizvodnih snaga. Proizvođači poljoprivrednih proizvoda su prodavali svoje proizvode na lokalnim pijacama, dok su zanatlije prodavale zanatske proizvode u svojim radnjama. U tom periodu trgovci su se uglavnom usmeravali na trgovinu između feudalnih država. Krajem srednjeg veka javljaju se trgovci čija je aktivnost obuhvatala uže područje. U ovom periodu počinje da se uočava između spoljne trgovine i unutrašnje trgovine, koja se odvija u okviru granica jedne zemlje. Razvoj spoljašnje i unutrašnje trgovine uslovljen je dvema bitnim odrednicama, i to (Čuzović, 2009): 1) teritorijalnim širenjem tržišta, a samim tim i robno-novčane razmene i 2) usavršavanjem tehnike i tehnologije.

1.1.2. Najstariji trgovački narodi

Tokom robovlasničkog perioda najpoznatiji trgovački narodi su bili Feničani, Grci i Rimljani. Feničani su trgovali plemenitim metalima, dragim kamenjem, nakitom i robovima. Njihovi karavani kretali su se do Indije i Kine dok su brodovi trgovali od Male Azije do današnje Engleske i Holandije. Glavna feničanska luka bila je Kartagina. Feničani su bili vešti moreplovci što im je omogućilo monopol na prekomorskoj trgovini od 1100. do 500. godine pre n.e.

Grci su trgovali poljoprivrednim proizvodima, a najviše vinom, uljem i stokom. Trgovali su duž Sredozemnog mora i na ušću reke Rone osnovali su trgovački grad Masiliju (Marselj) (Ćuzović, 2009.) Trgovci koji su slobodno donosili svoju robu u Atinu gde se primenjivalo načelo slobodne trgovine. Trgovina u Atini je bila regulisana zakonima. Država je kontrolisala kovnice novca, a Atinjani koji su želeli da se bave trgovinom morali su da dobiju trgovačku dozvolu od vlasti. Pored Atine, važan trgovački grad bio je i Korint. Grci su kao i Feničani osnivali brojne trgovačke gradove i kolonije.

U okviru Rimskog carstva bila je razvijena putna mreža koja je omogućavala razvoj unutrašnje i spoljne trgovine. Rimsko zakonodavstvo regulisalo je odnose u trgovini. Iako je trgovina bila razvijena gde su zanatlije i trgovci bili organizovani u esnafe, Rimljani nisu bili prepoznatljiv trgovački narod.

Tokom srednjeg veka trgovina je bila najrazvijenija u Vizantiji, Arabljanskom kalifatu, Italiji i Nemačkoj.

Vizantija ili Istočno rimsko carstvo je formirano 395. godine i trajalo je do 1453. godine kada su Turci osvojili Carigrad. Trgovina se sporo razvijala jer su uvedene carine uvoz, trgovci su bili u obavezi da plaćaju takse, a za pojedine proizvode uveden je državni monopol. Strani trgovci su bili izloženi brojnim rizicima kao što su konfiskacija robe ukoliko se zamere caru, naplata duga od prvog trgovca – sunarodnika dužnika, itd.

Arabljanski kalifat zauzimao je veliko prostranstvo i bio je veoma bogat. Sveta dužnost kalifa predstavljala je izgradnja puteva, izgradnja česmi i karavan-seraje duž puteva i da u gradovima podužu bezistane, pokrivene pijace i stovarišta za robu. Sam prorok Muhamed je bio trgovac, a razvoj arabljanske države dao je polet trgovini. Trgovina je bila oslobođena plaćanja carina i drugih nameta. Poznati trgovački gradovi iz ovog doba su Bagdad, Teheran, Damas, Kairo itd.

U Italiji su se u srednjem veku razvili brojni trgovački gradovi. Među njima najpoznatiji su Venecija, Đenova i Firenca. Trgovci iz celog sveta donosili su robu, a pravilo je bilo da robu mogu prodati samo Mlečaninu i nije im bilo dozvoljeno da robu vrate nazad. U ovom periodu razvijene su prve banke koje su osnivale filijale širom Evrope.

U Nemačkoj najpoznatiji trgovački gradovi bili su Hamburg i Bremen. Trgovalo se najviše lanom, krznom, tekstilom, olovom, sirovinama i gotovim proizvodima od gvožđa. Trgovci iz ovih krajeva najčešće su trgovali sa Italijom, Engleskom i Skandinavskim zemljama.

Krajem srednjeg veka u Evropi pored trgovaca koji su prodavali robu iz udaljenih zemalja javljaju se i trgovci čija je aktivnost obuhvatala uže područje. Najviše se trgovalo poljoprivrednim proizvodima kao i proizvodima kao što su drvo, so, riba, vino i dr. U ovom periodu dolazi do postepenog razdvajanja spoljne i unutrašnje trgovine.

1.2. DEFINISANJE MEĐUNARODNE TRGOVINE

U literaturi se može naći veliki broj definicija međunarodne trgovine. Izdvojićemo definiciju profesora Predraga Bjelića (2011) koji međunarodnu trgovinu definiše kao *„privrednu aktivnost koja podrazumeva razmenu roba, usluga i proizvoda intelektualne svojine, koju privredni subjekti (preduzeća) obavljaju preko granica nacionalnih privreda, odnosno u više nacionalnih privreda istovremeno, i koja je značajno regulisana od strane nacionalnih privreda i međunarodnih ekonomskih organizacija.*

Osnovne karakteristike međunarodne trgovine su (Bjelić, 2011, str. 9):

- međunarodna trgovina je aktivnost sa elementima inostranosti;
- glavni subjekt međunarodne trgovine su nacionalne privrede (države), koje regulišu međunarodne trgovinske tokove, ali se mogu javiti i kao poslovni subjekti;
- kao izvedeni subjekti međunarodne trgovine javljaju se međunarodne ekonomske organizacije, kao i velika transnacionalna preduzeća;
- predmet međunarodnog trgovanja su robe, usluge i proizvodi intelektualne svojine;
- nosioci međunarodne trgovine su preduzeća i pojedinci (preduzetnici);
- u međunarodnu trgovinu uključuju se i neki oblici poslovanja stranih filijala u unutrašnjoj trgovini zemlje domaćina, kao oblika globalnog poslovanja matične kompanije te filijale, nastale pod uticajem kretanja privatnog kapitala u obliku stranih direktnih investicija.
- u međunarodnoj trgovini plaćanja se uglavnom vrše u novcu, ali se mogu vršiti delimično ili potpuno u robi i uslugama.

Nacionalne privrede kao subjekti međunarodne trgovine donose pravila i regulativu u cilju obavljanja međunarodne trgovine. Ova trgovina predstavlja regulisanu međunarodnu trgovinu. Zemlje sve češće sa drugim zemljama potpisuju ugovore koji im omogućavaju da se trgovina obavlja pod povoljnijim uslovima. Ova trgovina se naziva preferencijalna trgovina. Ukoliko zemlje svojim aktivnostima ograničavaju međunarodnu trgovinu ova vrsta trgovine naziva se ograničena međunarodna trgovina.

Danas veliki broj zemalja uključen je regionalne ekonomske integracije. Trgovina između zemalja unutar regionalnih ekonomskih integracija predstavlja međunarodnu trgovinu, ali se ona obavlja pod povoljnijim uslovima. Stoga trgovina između zemalja u okviru regionalne ekonomske integracije naziva se intraregionalna trgovina. Trgovina zemalja u sastavu regionalne ekonomske integracije sa ostatkom sveta naziva se ekstraregionalna trgovina. Trgovina između dve regionalne ekonomske integracije predstavlja interregionalnu trgovinu.

Ukoliko zemlje izvozi jednu grupu proizvoda kojima obiluje, a uvoze drugu grupu proizvoda koji im nedostaju ova trgovina predstavlja intersektorsku trgovinu. Razvojem industrijske proizvodnje sve veći broj zemalja počeo je da proizvodi slične proizvode. Ova vrsta trgovine je u suprotnosti sa pretpostavkama tradicionalnih teorija međunarodne trgovine. Trgovina u okviru koje zemlje razmenjuju proizvode istog sektora privrede predstavlja intrasektorsku trgovinu. Pošto je najčešće reč o industrijskim proizvodima ova vrsta trgovine se često naziva intraindustrijska trgovina.

U okviru međunarodne trgovine trguje se robom, uslugama i proizvodima intelektualne svojine. Pošto su usluge nevidljive i nemaju materijalnu supstancu teško je evidentirati kada prelaze granicu. Zbog toga se međunarodna trgovina uslugama često naziva i nevidljiva trgovina.

Danas se veliki deo međunarodne trgovine obavlja između matične kompanije i filijala i između filijala jedne transnacionalne kompanije. Ova trgovina se obavlja korišćenjem arbitrarno određenih cena i naziva se intrafirmska trgovina.

Većina transakcija u međunarodnoj trgovini plaća se u novcu. Međutim, jedan deo trgovinskih poslova podrazumeva da se roba ili usluge delimično ili potpuno plaćaju u drugim robama i uslugama. Ova vrsta trgovine predstavlja kontratrgovinu. Najveći deo kontratrgovine podrazumeva da je kupovina robe vezana prodajom druge robe od strane istih partnera i ova vrsta trgovine naziva se vezana trgovina.

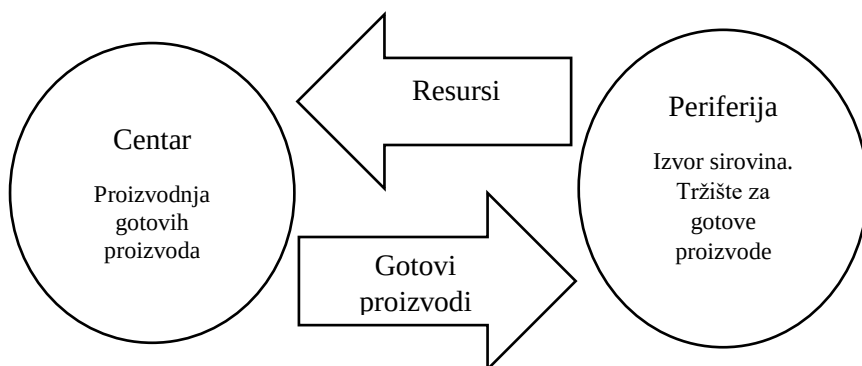
1.3. ISTORIJSKI RAZVOJ SVETSKE EKONOMIJE¹

Nakon velikih geografskih otkrića, tokom perioda od oko 300 godina, pojačanih industrijalizacijom zemlje Zapada (Velika Britanija, zemlje Zapadne Evrope a kasnije SAD) postaju dominantne u globalnoj ekonomiji. U ovom periodu glavna karakteristika međunarodne trgovine bila je razmena resursa od „periferije“ ka „centru“ i gotovih proizvoda od „centra“ ka „periferiji“ (Dicken, 2015). Ovakav način funkcionisanja globalne ekonomije

¹ Ovaj deo teksta je kompatibilan sa istraživanjem objavljenom u monografiji: Ćuzović, S., Ćuzović, Đ., & Stamenović, M. (2019). *Globalizacija: savremeni aspekti ekonomije, trgovine i zdravstva*. Niš: Ekonomski fakultet.

postojao je do početka Drugog svetskog rata. U posmatranom periodu 71% svetske proizvodnje je bilo koncentrisano u četiri zemlje, a oko 90% u svega jedanaest (Dicken, 2015). Japan je u svetskoj proizvodnji učestvovao sa oko 3,5%. Zemlje „centra“ su dve trećine svog izvoza industrijskih proizvoda izvozile u zemlje „periferije“, dok su uvezile četiri petine izvoza primarnih proizvoda zemalja „periferije“ (Dicken, 2015). Nakon Drugog svetskog rata većina industrijskih kapaciteta izvan SAD je uništena. Dolazi do podele sveta između kapitalističkog Zapada i komunističkog Istoka. Na Zapadu dolazi do dominacije SAD koje nisu pretrpele uništavanje industrije kao zemlje Evrope i koje su u svetskom BDP-u 1950. god. učestovale sa oko 25%. Na drugoj strani SSSR i zemlje Istočne Evrope formirale su svoj ekonomski sistem, drugačiji od zemalja Zapada. Ova podela trajala je do rušenja Berlinskog zida 1989. godine.

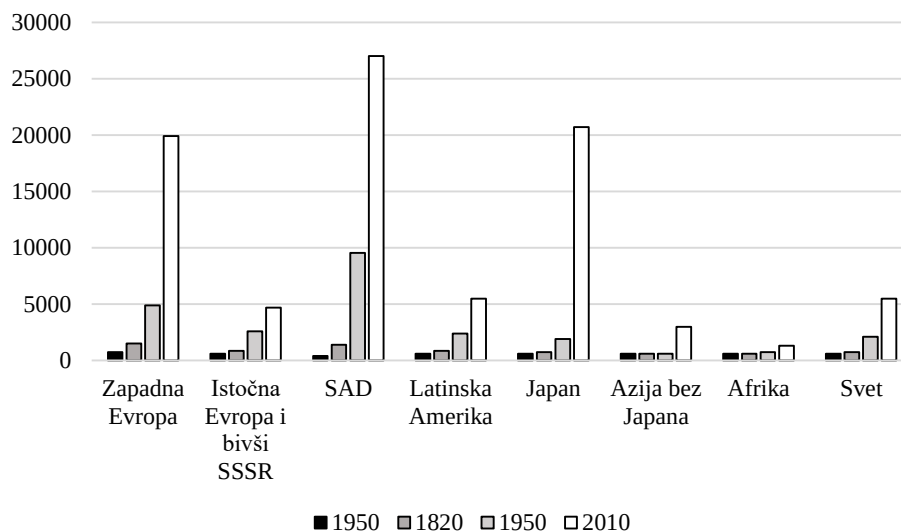
Grafikon 1. „Centar“ i „periferija“ u globalnoj ekonomiji



Izvor: Dicken, P. (2015). Global shift: mapping the changing contours of the world economy. New York: The Guilford Press, str. 15.

Ekonomski napredak tokom vremena nije bio ravnomerno raspoređen. Životni standard ljudi 1500. god. bio je ujednačen u svim delovima sveta. Na grafikonu 2. vidi se da prosečan BDP po stanovniku, kao pojedinačno merilo životnog standarda, 1800. god. u svetu nije prelazio 700 dolara. Nakon industrijske revolucije Zapadna Evropa i SAD su napredovale brže od ostalih delova sveta, da bi do 1950. god. razlika u BDP po stanovnika bila značajna u odnose na ostale regione. Industrijsku revoluciju podstakli su: brz razvoj nauke i tehnologije (parna mašina, kasnije električna struja), promene u oblasti saobraćaja i komunikacija (parobrod, železnica i telegraf), stvaranje korporacija sa ograničenom odgovornošću, ustavi koji su štitili privatno vlasništvo i finansijske berze (Gregori & Stjuart, 2015). Prema prikazanim podacima vidi se da je kapacitet britanskih parobroda u periodu od 1825. do 1860. god. povećan deset puta. Industrijska revolucija je uticala brz ekonomski napredak od XIX veka, koji nije bio ravnomeran u svim delovima sveta.

Grafikon 2. BDP po stanovniku, 1500, 1820, 1950. i 2010. godine



Gregori, P. (2004). Comparing Economic Systems in the Twenty-First Century. 7th edition. Cengage Learning, navedeno prema: Gregori, P., Stjuart, R. (2015). Globalna ekonomija i njeni sistemi. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, str. 5.

Dramatičan privredni uspon započeo u Engleskoj proširio se na zemlje Zapadne Evrope i SAD. Poslednji vek obeležila je dominacija SAD kao dominantne sile u globalnoj ekonomiji, koje su uspele da preotmu lidersku poziciju Velikoj Britaniji početkom XX veka. Danas je ta dominacija smanjena jer je Kina uspela da se nametne kao najveći svetski izvoznik roba, ipak SAD su zadržale lidersku poziciju kada se posmatra izvoz usluga. SAD su i dalje najveći izvor SDI, izvoznik usluga, poljoprivrednih proizvoda i treći najveći izvoznik roba.

Evropa danas predstavlja najznačajniji trovinski region na svetu. Nemačka predstavlja najveću privredu Evrope i četvrti je najveći proizvođač industrijskih proizvoda (posle Kine, SAD i Japana), a drugi najveći izvoznik (posle Kine). Velika Britanija kao nekada najveća privreda sveta danas se nalazi na desetom mestu najvećih industrijskih proizvođača, ali se nalazi na drugom mestu kao najvećih svetskih izvoznika usluga i izvor SDI.

Nakon rušenja Berlinskog zida 1989. god. i pada istočnog bloka stvara se grupa tranzicionih zemalja. Proces tranzicije od centralno planskog sistema do

kapitalističkog tržišnog sistema nije bio jednostavan. Sovjetski savez je u svetskoj industrijskoj proizvodnji 1985. god. učestvovao sa oko 10%, a sredinom devedesetih godina učešće Ruske Federacije iznosilo je 1%, danas je oko 2,5% (Dicken, 2015). Tranzicione zemlje se međusobno dosta razlikuju, a 11 njih su postale članice EU (Ćuzović, 2014). Ove zemlje u početkom XXI veka beležile značajne stope rasta, ali je taj rast usporen svetskom ekonomskom krizom.

Azija postaje jedan od najznačajnijih ekonomskih regiona sveta. Kao neki od razloga se navode (Dicken, 2015):

- Jačanje privrede Japana nakon Drugog svetskog rata;
- Brzi rast „azijskih tigrova“: Hong Konga, Singapura, Južna Koreja i Tajvan i kao i Indonezije, Malezije i Tajlanda;
- Pojavljivanje Kine kao sve značajnijeg igrača na globalnom tržištu;
- Potencijal ekonomskog razvoja Indije.

Latinska Amerika čini region veoma bogat prirodnim resursima, sa nekoliko zemalja koje su imale dugu tradiciju razvoja industrije. Ipak, ove zemlje nisu uspele da se nametnu kao značajniji učesnici u globalnoj ekonomiji. Rast BDP-a Brazila početkom XXI veka je bio značajno manji od ostalih zemalja BRIK-a (Brazil, Rusija, Indija, Kina). Tokom devedesetih godina Meksiko je postao član NAFTA (North America Free Trade Agreement) što je uticalo rastu izvoza ove zemlje.

Afrika je deo sveta koji beležio najniže stope rasta. Ovaj deo sveta se i dalje smatra „periferijom“. Poslednjih nekoliko godina ovaj region beleži privredni rast. Ovaj rast će u velikoj meri zavisiti od izvoza primarnih proizvoda i sirovina.

1.4. TRGOVINA U GLOBALNOJ EKONOMIJI

Tokom 2019. godine SAD su bile najveći svetski izvoznik. Međutim, ako se posmatra samo izvoz roba na vrhu liste se nalazi Kina. Kina je od 2009. godine prestigla Nemačku i postala je najveći svetski izvoznik roba. Međutim, ako se u analizu uključe usluge danas su SAD najveći svetski izvoznici.

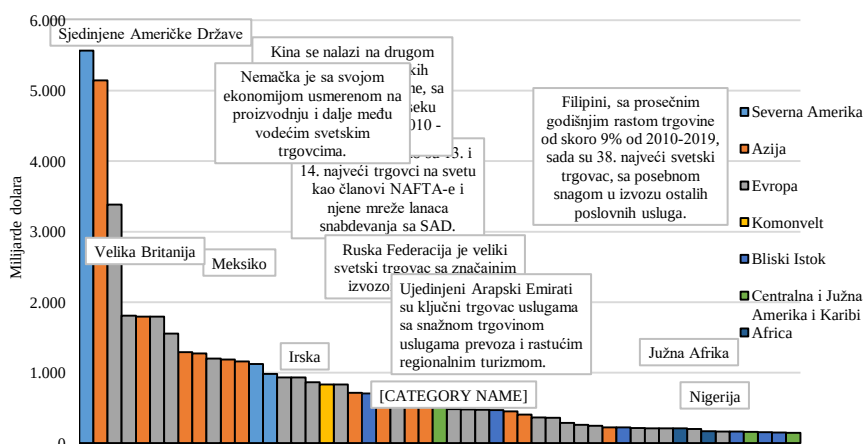
Zemlje trguju zato što mogu da nabave proizvode u inostranstvu koja su jeftiniji ili kvalitetniji nego oni koje mogu da proizvedu kod kuće, ali i brojnih drugih razloga. Nemačka proizvodi visokokvalitetne i tehnološki napredne proizvode što objašnjava njihovu visoku poziciju na listi najveći svetskih izvoznika. Kina proizvodi veliki broj proizvoda i može mnoge proizvode proizvoditi jeftinije od drugih zemalja. SAD kao jedan od najvećih svetskih izvoznika poseduju sofisticiranu tehnologiju, ali i velika prostranstva na kojima mogu gajiti poljoprivredne proizvode.

Zemlje konstantno trguju i razmenjuju robu i usluge. Izvoz predstavlja robu prodatu stranoj zemlji, a uvoz proizvode kupljene strane zemlje. Kada se govori o izvozu i uvozu često se samo misli izvoz roba, dok se usluge ne uključuju. Građevinske usluge se obavljaju na licu mesta. Putovanja i turizam su velike kategorije usluga koje se izvoze javljaju na licu mesta: novac koji potroše posetioци iz inostranstva u Srbiji je usluga koju izvozi Srbiji, a naši posetioци Ajfelovom tornju uvećavaju izvozu usluga Francuske.

Navedeni podaci ukazuju na značaj izvoza usluga. Danas uslužni sektor postaje sve značajniji za kreiranje BDP zemalja. Takođe, udeo usluga u izvoz zemalja značajno raste. Međutim, zbog neopipljivosti usluga nekada je teško zabeležiti kada usluge prelaze granicu. Jedan od primera izvoza usluga predstavlja i prikazivanje filmova u inostranstvu. Tokom prve nedelje prikazivanja film Osvetnici: kraj igre (Avengers: Endgame) premašio je sva očekivanja i zaradio je preko 1,2 milijardi dolara. Od navedene sume 350 miliona dolara film je zaradio emitujući se u bioskopima širom SAD. Od emitovanja u inostranstvu film je zaradio oko 859 miliona dolara. Prema procenama film je ostvario prihod od 2,8 milijardi dolara od čega je 858 miliona bila zarada u SAD (30,7%), dok je 1,94 milijardi zaradio širom sveta (70,3%).

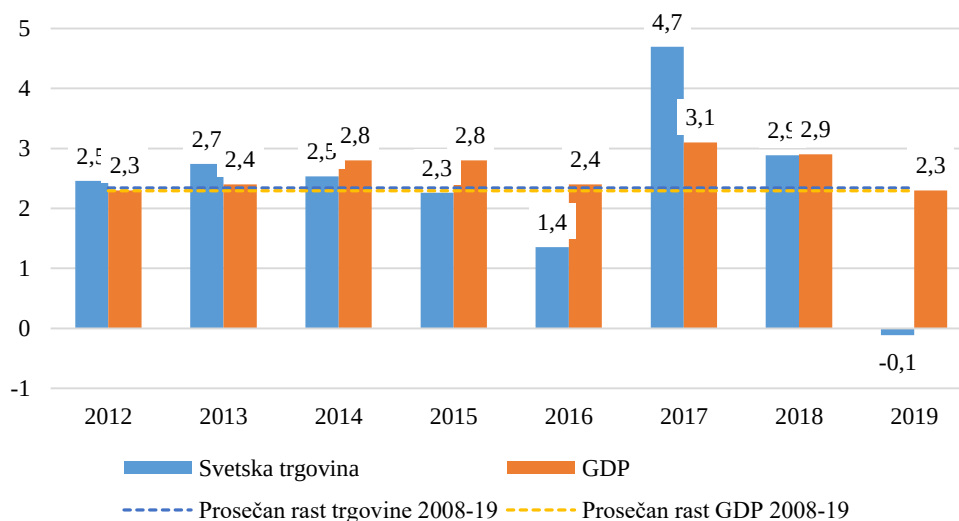
Danas, sve veći broj kompanija organizuje proizvodnju širom sveta. Kompanije koje organizuju proizvodnju u više nacionalnih privreda nazivaju se transnacionalne kompanije. Proizvodnja se organizuje u zemljama gde su troškovi najmanji dok se proizvodi plasiraju širom sveta. Tokom 2019. godine u pogonima kompanije FCA Srbija u Kragujevcu proizvedeno je oko 40.000 vozila FIAT 500L. Tokom iste godine na tržištu Srbije prodato je 851 vozilo FIAT 500L. Navedeni primer ukazuje da je skoro celokupna proizvodnja kompanije iz Kragujevca namenjena izvozu. Prodaja u Srbiji je činila svega 2% - 3% ukupne proizvodnje ove kompanije.

Grafikon 3. Vodeći svetski trgovci robom i komercijalnim uslugama, 2019.



Na Grafikonu 4 prikazan je rast svetskog BDP-a i svetskog izvoza u periodu od 2012 do 2019. god. Na osnovu prikazanih podataka može se videti da je svetski izvoz u posmatranom periodu rastao po istoj stopi kao i svetski BDP. U ovom periodu rast je iznosio 2,3%. Prosečna rast izvoza iznosio je u periodu od 2005. do 2016. godine iznosio je 4,02%, a rast BDP-a 2,75%. Takođe, rast svetskog izvoza je bio intenzivniji u periodu pre svetske ekonomske krize, da bi tokom 2009. god. zabeležio pad od oko 10%, tokom 2010. i 2011. god. ponovo je došlo značajnog rasta svetskog izvoza, ali u daljim godinama rast bio oko proseka za posmatrani period. Tokom 2019. godine došlo je do značajnog usporavanja rasta svetskog izvoza kao rezultata pada cena određenih proizvoda, ali i trgovinskih tenzija između SAD i Kine. Rast svetskog BDP-a je bio iznad proseka u periodu do svetske ekonomske krize. Tokom 2008. god. došlo je do nešto sporijega rasta BDP-a, a tokom 2009. god. i do pada. Nakon ovog perioda rast nastavljen.

Grafikon 4. Obim svetske trgovine robom i rast realnog BDP-a, 2011-2018



Izvor: WTO Secretariat for trade

Trgovinski bilans zemlje je razlika između ukupne vrednosti izvoza i ukupne vrednosti uvoza. Zemlje koje izvoze više nego što uvoze, imaju trgovinski suficit, kao što je slučaj sa Kinom, dok zemlje koje više uvoze nego što izvoze, imaju trgovinski deficit, kao što je slučaj sa SAD. Često se pored ukupnog trgovinskog bilansa analizira i bilateralni trgovinski bilans, koji predstavlja razliku izvoza i uvoza između dve zemlje. Interpretacija trgovinskog deficita ili suficita je problematična kada se fokusiramo na bilateralne trgovinske bilanse dve zemlje, kao što su SAD i Kina (Feenstra & Taylor, 2014). Kako bi objasnili navedenu tvrdnju iskoristićemo primer koji navode Feenstra i Taylor (2014).

Kada napušta pristanište u Kini i transportuje se za SAD iPod vredi oko 150 dolara. U SAD ovaj proizvod se prodaje za 299 dolara, ali samo 4 dolara od te sume predstavlja dodatnu vrednost Kine tj. vrednost kineskog rada iskorišćenog za sklapanje. Ostatak vrednosti je uvežen u Kinu iz drugih zemalja npr. 73 dolara za hard disk, 20 dolara za displej, 13 dolara za čipove itd. Bez obzira na navedeno celokupan iznos od 150 dolara je računat kao izvoz Kine u SAD.

Primer iPoda pokazuje kako je proizvodnja finalnog proizvoda često raširena u mnogo zemalja: iPod i njegove komponente se proizvode u postrojenjima u Kini, Tajvanu, Tajlandu, Maleziji, Singapuru, Južnoj Koreji, Češkoj Republici, Filipinima i SAD. Mnogo zemalja je uključeno u proizvodnju finalnog proizvoda i njegovih komponenti. Ovo se dešava usled smanjenje transportnih i komunikacionih troškova. Ranije se više trgovalo standardizovanim proizvodima koji su isporučivani na udaljena tržišta, ali tokom procesa proizvodnje gotovi proizvodi su se najčešće proizvodili na jednom mestu. Danas je sve češće više zemalja uključeno u proizvodnju gotovog proizvoda. Ova funkcija međunarodne trgovine i proizvodnje naziva se ofšoring (offshoring).

Literatura

Bjelić, P. (2011). *Međunarodna trgovina*. Beograd: CID Ekonomskog fakulteta.

Ćuzović, Đ. (2014). Uticaj globalizacije na zemlje u tranziciji i njihov pristup Evropskoj uniji – pouke za Republiku Srbiju. U: *Zbornik radova Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Srbije*. Kragujevac: Ekonomski fakultet, str. 383-398.

Ćuzović, S., Ćuzović, Đ., & Stamenović, M. (2019). *Globalizacija: savremeni aspekti ekonomije, trgovine i zdravstva*. Niš: Ekonomski fakultet.

Ćuzović, S. (2009). *Trgovina: principi, struktura, razvoj*. Niš: Ekonomski fakultet u Nišu.

Dicken, P. (2015). *Global shift: mapping the changing contours of the world economy*. New York: The Guilford Press.

Feenstra, R., & Taylor, A. (2014). *International trade*. New York: Worth Publishers.

Gregori, P., & Stjuart, R. (2015). *Globalna ekonomija i njeni sistemi*. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet.

Gregori, P. (2004). *Comparing Economic Systems in the Twenty-First Century*. 7th edition. Cengage Learning.

Krugman, P., & Maurice, O. (2009). *Međunarodna ekonomija: Teorija i ekonomska politika*. (7th, Ed.) Zagreb: Mate.

Kovačević, M. (2002). *Međunarodna trgovina*. Beograd: Ekonomski fakultet Beograd.

Lovreta, S., Radunović, D., Petković, G., & Končar, J. (2000). *Trgovina – teorija i praksa*. Beograd: Savremena administracija.

Pelević, B., & Vučković, V. (2007). *Međunarodna ekonomija*. Beograd: CID Ekonomskog fakulteta.

Unković, M. (2005). *Savremena međunarodna trgovina*. Beograd: Beogradska knjiga.

2. SUBJEKTI MEĐUNARODNE TRGOVINE

Prilikom definisanja međunarodne trgovine naveli smo da su nacionalne privrede glavni subjekti međunarodne trgovine, dok se kao izvedeni subjekti javljaju međunarodne ekonomske organizacije i transnacionalna preduzeća.

2.1. GLAVNI SUBJEKTI MEĐUNARODNE TRGOVINE

Glavni subjekti međunarodne trgovine su nacionalne privrede. Nacionalne privrede usvajaju pravila i zakone koji regulišu međunarodnu trgovinu. Prilikom regulisanja međunarodne trgovine cilj nacionalne privrede je da se ova aktivnost obavlja u interesu cele društvene zajednice. Prilikom određivanja i definisanja glavnih subjekta međunarodne trgovine najčešće se koristi termin nacionalna privreda, ali nije pogrešno reći da su glavni subjekti međunarodne trgovine države. Ipak, postoje teritorije koje nisu suverene države, ali imaju pun suverenitet u obavljanju međunarodnih trgovinskih odnosa (Tajvan, Makao, Hong Kong itd.). U svetu postoje 193 suverene države i oko 213 nacionalnih privreda (Bjelić, 2011). Nije velika greška reći da su države glavni subjekti međunarodne trgovine, mada je preciznije reći da nacionalne privrede predstavljaju glavne subjekte međunarodne trgovine.

Nacionalne privrede usvajaju spoljnotrgovinsku politiku kojom se regulišu međunarodni trgovinski odnosi zemlje. Kroz istoriju zemlje su dugo samostalno donosile pravila kojima su regulisale međunarodnu trgovinu i ovaj način uticaja naziva se **jednostran tj. unilateralan**. Stvaranjem regionalnih ekonomskih integracija i međunarodnih organizacija zemlje su počele u saradnji sa drugim zemljama da donose odluke koje utiču na međunarodnu trgovinu. Ovakav uticaj zemalja u međunarodnoj trgovini se naziva **saradnički (kolaborativan)**.

Među najvažnijim odrednicama jedne nacionalne privrede izdvajaju se geopolitički položaj, veličina zemlje, broj stanovnika, raspoloživost prirodnih resursa i tehnološki progres. Ove odrednice imaju važan, ali ne i presudan uticaj na položaj zemlje u međunarodnoj trgovini.

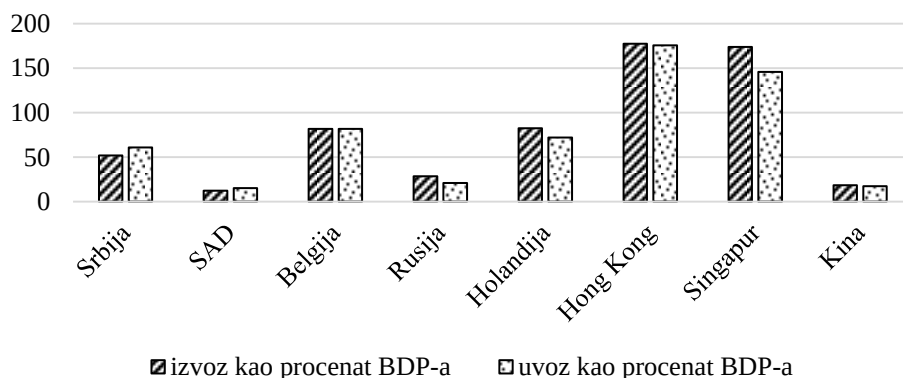
Pozicija zemlje u međunarodnoj trgovini može zavisi od geopolitičkog položaja zemlje. Zemlje koje se nalaze u blizini razvijenih zemalja i gde u okruženju postoje prijateljski i saradnički odnosi mogu imati prednosti ekonomskom razvoju i razvoju međunarodne trgovine. Blizina važnih pomorskih, rečnih, kopnenih puteva i vazdušnih puteva može pružiti konkurentsku prednost zemlji u međunarodnoj trgovini.

Članstvo u regionalnim ekonomskim integracijama može pozitivno uticati na razvoj zemlje naročito ako je reč o regionalnim integracijama koje uključuju najrazvijenije zemlje sveta (EU, NAFTA).

Veličina teritorije zemlje utiče na zavisnost zemalja od međunarodne trgovine. Manje zemlje uglavnom su više zavisne od međunarodne trgovine. Ove zemlje su uslovljene da uvoze značajan deo roba i usluga koje ne mogu da proizvedu, ali i da izvoze proizvode i usluge kako bi iskoristili efekte ekonomije obima. Ipak, i najveće zemlje sveta ne mogu biti ekonomski nezavisne od drugih zemalja. Podaci prikazani na Grafikonu 1 prikazuju udeo izvoza i uvoza roba i usluga kao procenta BDP-a u 2019. godine. Udeo izvoza i uvoza roba i usluga manjih zemalja (Belgija, Holandija, Srbija itd.) je bio značajno veći od udela velikih zemalja (Rusija, SAD, Kina). Na osnovu ovih podataka vidi se da je manje zemlje više zavisne od međunarodne trgovine od velikih zemalja.

Veličina teritorije često je povezana i sa bogatstvom prirodnim resursima. Međutim, i ovde ima izuzetaka kao što su neke afričke zemlje (Čad, Mali, Niger i dr.) koje zauzimaju veliku teritoriju, ali nisu bogate prirodnim resursima jer veliki deo teritorije zauzima pustinja Sahara. Bogatstvo prirodnim resursima može olakšati zemlji privredni razvoj. Pojedine zemlje iako su bogate prirodnim resursima spadaju u veoma siromašne (DR Kongo, Angola), dok sa druge strane imamo zemlje koje oskudevaju prirodnim resursima a danas se svrstavaju među najrazvijenije zemlje sveta kao što su Japan i Švajcarska. Značaj prirodnih resursa jedne zemlje zavisi od ekonomske i tehničke razvijenosti, privredne strukture zemlje, pozicijom nacionalne ekonomije u međunarodnoj podeli rada, kao i brojnim strateškim i političkim faktorima koji određuju razvojnu orijentaciju domaće prirodno-sirovinske proizvodnje (Arandelović, 2004).

Grafikon 1. Udeo uvoza i izvoza roba i usluga kao procenat BDP-a u 2019. godine



Izvor: Svetska banka, <https://data.worldbank.org/indicator>, pristupljeno 10.04.2020. godine

Broj stanovnika predstavlja još jednu važnu odrednicu zemalja u svetskoj privredi. Zemlje sa velikim brojem stanovnika raspolazu velikim kapacitetima radne snage. U najmnogoljudnijim zemljama sveta Kini i Indiji veliki broj ljudi omogućava da svetskom tržištu ponude jeftiniju radnu snagu, ali se u

ovim zemljama javlja i problem siromaštva velikog dela stanovništva. Kako bi zemlja danas bila konkurentnija u globalnim uslovima važno je da ima obrazovanu i kvalifikovanu radnu snagu, što je često problem zemalja u razvoju.

Sposobnost zemlje da se ekonomski razvija odnosno ekonomski potencijal zemlje najčešće se predstavlja vrednošću društvenog proizvoda. Društveni proizvod predstavlja ukupno proizvedenu količinu materijalnih dobara i izvršenih usluga u jednoj privredi tokom jedne godine. Za obračun društvenog proizvoda danas se najčešće koristi koncept bruto domaćeg proizvoda.

Bruto domaći proizvod (BDP) kao indikator ekonomske moći nacionalne privrede predstavlja ukupnu tržišnu vrednost robe i usluga proizvedenih u određenom vremenskom periodu, najčešće se uzima kalendarska godina (Baylis, Smith, & Owens, 2001).

Bilo da je reč, o apsolutnom ili relativnom, ili samo o relativnom porastu BDP-a, u nacionalnim privredama otvara se i pitanje uticaja različitih deviznih kurseva na kupovnu snagu (moć) njihovih valuta (purchasing power parity - PPP). Kada je u pitanju, ovaj element kao indikator, realne ekonomske snage BDP-a nacionalne privrede, on se izračunava kao odnos između dve valute koji izjednačava cenu korpe odabranih proizvoda i usluga u dve zemlje. U pitanju je ekonomska objektivizacija životnog standarda u jednoj zemlji, koja se realnije sagledava kroz BDP-a izračunat prema paritetu kupovne snage (PPP), nego na osnovu zvaničnih deviznih kurseva. Na bazi visine BDP-a izračunate prema paritetu kupovne snage realnije se sagledava izvoz i uvoz proizvoda i usluga koji su najzastupljeniji u međunarodnoj trgovini između zemalja različitog nivoa razvijenosti (Pelević & Vučković, 2007).

Tabela 1.

Udeo izabranih zemalja u svetskom BDP-u (2019. godina)

SAD	24.42%
EU	17.77%
Kina	16.34%
Japan	5.79%
Nemačka	4.38%
Indija	3.28%
Velika Britanija	3.22%
Francuska	3.09%
Italija	2.28%
Brazil	2.10%
Kanada	1.98%
Rusija	1.94%

Izvor: Svetska banka, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>,
Pristupljeno: 22.05.2020.