

**Output na nivou države se iskazuje putem dva agregata:**

1. **Bruto domaći proizvod (BDP) – Gross Domestic Product (GDP)** – finalni rezultat privredne aktivnosti na teritoriji jedne države i čini ga ukupna vrednost dobara i usluga proizvedenih na teritoriji jedne države u toku jedne godine. GDP predstavlja output koji je proizveden unutar granica jedne države u određenom periodu i u zatvorenoj privredi jednak je GNP. Može se dobiti na nekoliko načina:
  - Sabiranjem bruto dodatne vrednosti svih privrednih jedinica rezidenata
  - Zbrajanjem svih dohodaka u tekućoj proizvodnji (zarade zaposlenih, poslovni višak, amortizacija osnovnih sredstava) i posrednih poreza umanjnih za subvencije
  - Sabiranjem vrednosti finalnih potrošnih dobara i usluga obračunatih po nabavnim cenama i umanjnih za vrednost uvoza dobara i usluga.
2. **Bruto nacionalni dohodak (BND) – Gross National Product (GNP)** – jednak zbiru GDP i neto dohotka koji je ostvaren iz ostalog dela sveta, tj. jednak je GDP uvećanom za dohotke koje su jedinice rezidenti primile od ekonomske aktivnosti ili svojine u inostranstvu, a umanjn za istu vrstu dohotka koji su isplaćeni jedinicama nerezidentima.

**Izvoz** je prodaja u inostranstvu dobara i usluga proizvedenih u domaćoj državi, a **uvoz** je prodaja na teritoriji domaće države proizvoda i usluga proizvedenih u inostranstvu.

*U otvorenoj privredi postoje dva potencijalna izvora dobara i usluga: lokalna proizvodnja i uvoz, a četiri potencijalne upotrebe proizvoda i usluga: privatna potrošnja, javna potrošnja, investicije i izvoz.*

**Razvoj teorije međunarodne trgovine**

1. **Apsolutne prednosti** - Adam Smit – Država treba da se specijalizuje za proizvodnju i izvoz proizvoda kod kojih ima najniže troškove radne snage.
2. **Komparativne prednosti** - David Rikardo – Država treba da se specijalizuje za proizvodnju i izvoz proizvoda kod kojih ima najniže relativne troškove, odnosno kod kojih ima komparativne prednosti u odnosu na ostale učesnike u međunarodnoj razmeni.
3. **Faktorska proporcionalnost** - Heckscher-Ohlin – Država će izvoziti proizvod u kome se intenzivno koristi faktor proizvodnje koji je relativno obiman i jeftin.
4. **Sličnost tražnje** – Linder – Kompleksnost i diversifikacija tražnje za proizvodima raste sa rastom nivoa dohotka i utiče na strukturu međunarodne trgovine. Najintenzivnije međusobno trguju države sa sličnim nivoom razvijenosti i približnim nivoom dohotka *per capita* (po glavi stanovnika) usled sličnosti tražnje.
5. **Ciklus proizvoda** – Vernon – Zastarevanje tehnologije koja se koristi u proizvodnji određenog proizvoda utiče na promenu države koja ima komparativne prednosti u proizvodnji datog proizvoda.
6. **Imperfektnost tržišta i ekonomije** – Krugman – Imperfektnost tržišta faktora proizvodnje i samih proizvoda ima odlučujuć uticaj na promene u strukturi proizvodnje i međunarodne trgovine, uključujući i industrijsku razmenu.
7. **Konkurentna prednost država** – Porter – Kompleksno shvaćena inovaciona aktivnost i tehnologija determinišu konkurentsku prednost država.

**Apsolutne prednosti** služe za upoređenje pojedinaca, firmi i država koje učestvuju u proizvodnji određenog proizvoda. Proizvođač koji troši manje inputa, tj. ima niže troškove, za proizvodnju nekog proizvoda ima apsolutne prednosti u proizvodnji tog proizvoda.

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

*Država ima komparativne prednosti u proizvodnji određenog proizvoda, ako je oportunitetni trošak tog proizvoda u odnosu na ostale proizvode niži u toj nego u ostalim državama.*

**Granica proizvodnih mogućnosti (linija PF)** pokazuje maksimalnu količinu proizvoda A (vina) koja se može proizvesti pri bilo kojoj datoj količini proizvoda B (sira), i obratno. Promena proizvodnih mogućnosti se iskazuje pomeranjem linije PF prema koordinatnom početku (smanjenje) ili od koordinatnog početka (povećanje).

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

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

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

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

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

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

Odnos faktorskih cena i cena proizvoda ima snažne distribucione efekte. Prema **Stopler-Samuelsonovom efektu**, vlasnici faktora proizvodnje koji se intenzivnije koriste u proizvodnji proizvoda čija cena raste imaju dobit, dok ostali imaju gubitak. Shodno tome, u međunarodnoj razmeni u uslovima slobodne konkurencije vlasnici onih faktora proizvodnje kojima država relativno obiluje ostvaruju dobit, a vlasnici relativno oskudnog faktora proizvodnje gubitak.

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

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

**Generalni zaključak o uticaju međunarodne trgovine na distribuciju dohotka je da vlasnici faktora kojim država obiluje ostvaruju dobitke od trgovine, a vlasnici faktora koji je oskudan u datoj državi ostvaruju gubitak.**

**Heckscher-Ohlin-Samuelsonov model** – međunarodna trgovina će dovesti do približnog izjednačavanja relativnih i apsolutnih prihoda homogenih faktora proizvodnje u različitim zemljama.

**Do izjednačavanja faktorskih cena u stvarnosti ne dolazi zbog** neostvarivanja ključnih pretpostavki modela (Krugman, Obsveld):

1. **Obe zemlje proizvode oba proizvoda** – ovo ne mora biti tačno.
2. **Pretpostavka o izjednačavanju faktorskih cena neće se održati ako države imaju različite tehnologije proizvodnje** – npr. država sa superiornom tehnologijom može imati višu cenu rada i cenu zemlje nego zemlja sa inferiornom tehnologijom.
3. **Pretpostavka o kompletnom izjednačavanju faktorskih cena zavisi od kompletne konvergencije cena proizvoda** – u realnom svetu cene proizvoda se ne izjednačavaju potpuno putem međunarodne trgovine, to je posledica prirodnih barijera trgovini (npr. transportni troškovi) i ostalih barijera kakve su carine, uvozne kvote i druge restrikcije.

**Paradoks Leontiefa** – država koja obiluje kapitalno-intenzivnim u odnosu na radno-intenzivne proizvode je veći izvoznik radno-intenzivnih proizvoda.

**Standardni model je razvijen** polazeći od četiri osnovna odnosa:

1. *Odnos između granice proizvodnih mogućnosti i relativne krive ponude;*
2. *Odnos između relativnih cena i relativne ponude;*
3. *Svetska ravnoteža je determinisana svetskom relativnom ponudom i svetskom relativnom tražnjom;*
4. *Efekat odnosa razmene - Terms of Trade (cena izvoza države podeljena sa cenom njenog uvoza) na blagostanje države*

**Izovrednosne linije** - linije duž kojih je vrednost outputa konstantna. Izovrednosna linija koja je udaljenija od koordinatnog početka odgovara većoj vrednosti outputa. Nagib izovrednosne linije je određen negativnom cenom platna.

**Kriva indiferencije** predstavlja skup kombinacije potrošnje platna i hrane (proizvoda) , koje na isti način zadovoljavaju preferencije individualnog potrošača.

Kriva indiferencije ima *negativan* nagib, jer smanjenje potrošnje jednog rezultira povećanjem potrošnje drugog proizvoda, i obratno.

Sa pomeranjem krive indiferencije naviše i desno od koordinatnog početka povećava se mogućnost zadovoljavanja potrošačkih zahteva, jer se količine oba proizvoda povećavaju. Kriva indiferencije postaje ravnija sa kretanjem u desno.

Potrošnja na nivou privrede će biti u tački u kojoj izovrednosna linija ima maksimalnu vrednost, a to je tačka u kojoj je izovrednosna linija tangenta na najvišu dostupnu krivu indiferencije.

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

Sa druge strane, promena relativnih cena utiče na pomeranje duž krive indiferencije u korist hrane, a na štetu platna, relativna tražnja za platnom bi se smanjila i to se naziva **substitucionni efekat**.

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

**Ekonomski rast** u samoj privredi može biti dobar za domaću privredu, jer znači povećanje tržišta za njen izvoz. Na drugoj strani, rast u stranoj zemlji može biti loš za domaću, jer može značiti povećanje konkurentnosti za njene izvoznike.

**Ekonomski rast** znači pomeranje granice proizvodnih mogućnosti zbog rasta raspoloživih resursa u državi ili efikasnijeg korišćenja postojećih resursa.

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

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

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

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

**Transfer dohotka** pogoršava odnose razmene države davalaca ako ona ima višu marginalnu sklonost potrošnje svog izvoznog proizvoda od države koja je primalac transfera. Ako država davalac ima manju marginalnu sklonost potrošnje svog izvoza, njeni odnosi razmene će se poboljšati. Dakle – rezultat analize je paradoksalan.

#### **Uvozne carine (opterećenje uvoza)**

**Izvozne subvencije (plaćanja domaćim proizvođačima koji prodaju robu u inostranstvu)**

Direktan efekat carine je da čine uvozni proizvod skupljim na domaćem nego na stranom tržištu. Direktni efekat izvozne subvencije je da podstiče domaće proizvođače da izvoze svoje proizvode.

**Carine i subvencije** stvaraju razliku između cena po kojima se proizvodi prodaju na stranom tržištu (**eksterne cene**) i cena po kojima se proizvodi prodaju na domaćem tržištu (**interne cene**).

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

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

Mogućnost drugačijeg efekta od očekivanog, carina i subvencija na internu cenu proizvoda u datoj državi se naziva **Metzlerov paradoks**.

U uslovima rastućih prinosa (output proizvodnje se povećava više od inputa proizvodnje) velike firme obično imaju prednosti u odnosu na male i teže da dominiraju tržištem, bilo samostalno (**monopol**) ili u grupi (**oligopol**). Postojanje imperfektne konkurencije na tržištu podrazumeva egzistiranje kompanija koje su dovoljno velike da mogu da utiču na cene na tržištu u celini.

**Eksterne ekonomije obima** se javljaju kada troškovi po jedinici proizvoda zavise od veličine privredne delatnosti u kojoj pojedinačna firma obavlja svoju delatnost, a ne bezuslovno od veličine bilo koje firme pojedinačno. **Interne ekonomije obima** se javljaju kada troškovi po jedinici outputa zavise od veličine same firme, a ne nužno od veličine privredne delatnosti u kojoj ona obavlja svoju poslovnu aktivnost.

Ako su ekonomije obima isključivo eksterne (nema prednosti za velike firme) privredna struktura se sastoji od mnogo malih firmi i perfektno je konkurentna.

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

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

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

Da bi se prodala dodatna jedinica proizvoda moraju cene svih jedinica proizvoda biti niže (ne samo marginalne jedinice). Zbog toga se kriva marginalnog prihoda monopoliste (MR) uvek nalazi niže od krive tražnje.

*Monopolista će maksimizirati svoj profit kada je marginalni prihod (prihod od prodaje dodatne jedinice proizvoda) jednak marginalnom trošku (trošak proizvodnje dodatne jedinice proizvoda)*. Za razliku od uobičajene definicije profita kao viška prihoda nad rashodima, *monopolistički profit podrazumeva samo prihode koji se kreću iznad normalne stope prinosa*.

U modelima monopolističke konkurencije dve ključne pretpostavke se odnose na problem međuzavisnosti:

1. Pretpostavlja se da je svaka firma sposobna da proizvodi proizvode diferencirane u odnosu na svoje rivale. **Diferencijacija proizvoda** obezbeđuje da svaka firma ima monopol nad određenim proizvodom unutar privredne delatnosti i na taj način se, u izvesnom smislu, izoluje od konkurencije. Postoje tri vrste diferencijacije proizvoda :

1. **Horizontalna**
2. **Vertikalna**
3. **Tehnološka**

2. **Svaka firma po pretpostavci** polazi od cena svojih rivala kao datih, tj. zanemaruje uticaj vlastite cene na cene ostalih firmi.

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

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

**Četiri su zaključka o oblicima trgovine između dve države:**

1. *Interindustrijska trgovina odražava značaj modela komparativnih prednosti.*
2. *Intraindustrijska trgovina odražava značaj ekonomija obima kao nezavisni izbor međunarodne trgovine.*
3. *Oblik intraindustrijske proizvodnje sam po sebi je nepredvidiv.*
4. *Relativni značaj ove intra i interindustrijske trgovine zavisi od toga koliko sličnosti imaju države koje trguju.*

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

$$I=1-\frac{|X-M|}{X+M}$$

X i M su vrednosti izvoza za posmatranu delatnost ili grupaciju proizvoda, a izraz u brojiocu količnika je apsolutna vrednost trgovinskog bilansa.

**Vrednost I se nalazi između 0 i 1.**

Vrednost **I=0** je za slučaj kada nema intraindustrijske razmene, odnosno kada država samo uvozi ili izvozi proizvod koji se meri.

Kada izvoz i uvoz unutar iste delatnosti ili grupe proizvoda imaju jednaku vrednost, indeks intraindustrijske razmene ima maksimalnu vrednost **I=1**, a interindustrijske razmene nema.

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

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

**Damping je moguć uz ispunjavanje dva uslova:**

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

Teorijski pristup eksternim ekonomijama se zasniva na analizi koju je u XIX veku dao **A. Marshall**. On je poseban značaj pridavao **industrijskim distriktima**, oblastima u kojima postoji geografska koncentracija industrijskih delatnosti koju nije lako objasniti prirodnim resursima.

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

1. Sposobnost klastera da podrže *specijalizovane dobavljače*
2. Klasteri firmi mogu da kreiraju *integrisano tržište* za radnike sa visoko specijalizovanim znanjima i stručnošću
3. U oblasti znanja, kao jednog od najvažnijih resursa savremene privredne delatnosti, važni su *efekti preliivanja znanja*

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

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

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

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

1. *Faktor uslova*
2. *Tražnja*
3. *Srodne i prateće industrijske grane*
4. *Strategija, struktura i suparništvo firmi*

Postoje još **dve dodatne varijable:**

1. *Slučaj*
2. *Državna uprava*

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

**Konkurentski faktori** koji odlučujuće utiču na konkurentnost u modernim privrednim delatnostima su: raspoloživost elektronskih uređaja i opreme i komunikacione

infrastrukture, visoko obrazovana radna snaga, visoka ulaganja u nauku i istraživački rad itd.

**Dijamanti** – izraz koji je Porter koristi da bi označio odrednice sistema koje se međusobno podržavajući podupiru u ostvarivanju najpovoljnijih rezultata za sistem kao celinu. Slabost bilo koje odrednice limitiraće potencijal cele privredne grane za unapređenje i poboljšanje.

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

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

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

**Kretanje faktora uključuje** migraciju rada, transfer kapitala i kompleksne međunarodne veze u multinacionalnim, odnosno transnacionalnim kompanijama.

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

Ključna obeležja medjunarodnog kretanja faktora proizvodnje su, u teorijskom smislu, vrlo slična medjunarodnoj trgovini dobara i usluga, kako po pretpostavkama tako i rezultatima.

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

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

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

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

Postoje dva osnovna metoda transakcija:

1. Sistem cena
2. Sistem hijerarhija.

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

Postoji nekoliko različitih gledišta koji objašnjavaju **faktore profitabilnosti MNC**:

- Prvi aspekt koji objašnjava profitabilnost MNC polazi od prednosti koje internacionalizaciji pruža transfer tehnologije . Tehnologija je vrsta ekonomski korisnog znanja koje se može licencirati i nakon toga prodati.
- Drugi aspekt naglašava vertikalne integracije.

**Faze razvoja MNC:**

1. Paternalizam
2. Ekspanzionizam
3. Liberalizam

**Tipovi MNC:**

1. Multinacionalni
2. Globalni
3. Transnacionalni (kombinacija prethodna dva)

**Income Effect** – Income effect describes the effects of changes in prices on consumption. According to the income effect, an increase in price causes a buyer to feel poorer, lowering the quantity demanded, and vice versa. Although the buyer's actual income hasn't changed, the change in price makes the buyer feel as if it has.

**Substitution Effect** – Describes the effects of changes in relative prices on consumption. According to the substitution effect, an increase in price of one good causes a buyer to buy more of the other good, since the first good has become relatively expensive, and vice versa. The buyer substitutes consumption of the second good for consumption of the first.

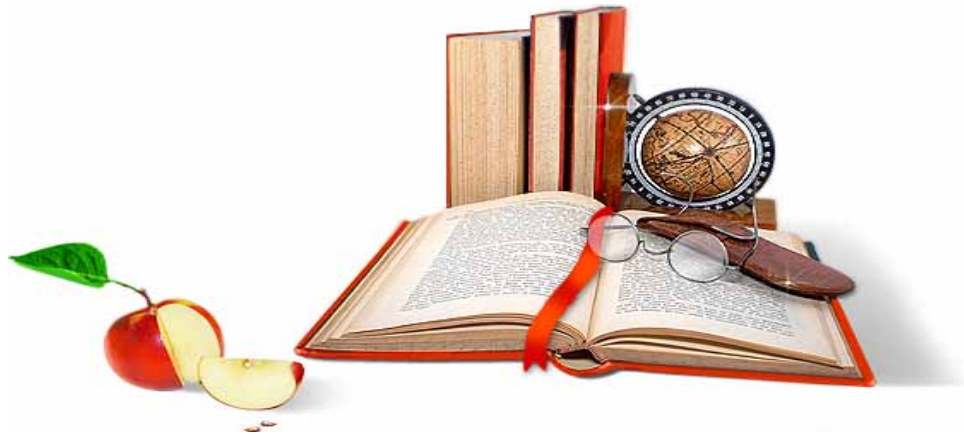
**Metzler paradox** – The possibility that a tariff may lower the domestic relative price of the imported good. This will happen if it drives the world price down by even more than the size of the tariff, as it may do if the foreign demand for the importing country's export good is inelastic.

**Marginal Revenue** – Additional income derived from each additional unit of goods sold.

**Location theory** is concerned with the geographic location of economic activity. Location theory addresses the questions of what economic activities are located where and why. Thus firms choose locations that maximize their profits and individuals choose locations that maximize their utility.

## BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI  
MATERIJALI.



[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)

[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET)

[WWW.SEMINARSKIRAD.INFO](http://WWW.SEMINARSKIRAD.INFO)

[WWW.MATURSKI.ORG](http://WWW.MATURSKI.ORG)

[WWW.ESSAYSX.COM](http://WWW.ESSAYSX.COM)

[WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI](http://WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI)

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA [MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM](mailto:MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM)