

**ПРЕДАВАЊЕ**  
**НЕКОИ МИКРОЕКОНОМСКИ**  
**АСПЕКТИ ВО ВОДЕЊЕТО**  
**БИЗНИС**

# Позитивна и нормативна економија

Позитивна економија – ги изучува фактите на економијата (каква е состојбата).

Прашања на позитивната економија:

- 1) Ако следната година се намалат даночните стапки за данокот на добивка, дали економијата ќе расте побрзо?
- 2) Ако расте побрзо, тогаш за колку?
- 3) Каков ќе биде ефектот врз вработеноста во економијата

Нормативна економија-во анализите внесува етички и вредносни судови и критериуми (како треба да биде)

Прашања на нормативната економија:

- 1) Дали на сиромашните луѓе им е потребна социјална помош?
- 2) Дали рамниот данок е решение за намалување на сиромаштијата во земјата?

## „Добар” наспроти „лош” економист

Лошиот економист го гледа само она што му е пред очи. Добриот економист гледа и пошироко од тоа. Не треба да се гледаат само краткорочните и директните последици од некои економски ефекти, туку и долгорочните и индиректните ефекти или последици. Замислете ситуација дека некое немирно дете со камен го крши прозорецот на една пекара. И бега, а сопственикот на пекарата не го наоѓа. Случајни минувачи се собираат и со жалење гледаат и ја коментираат несреќата која му се случила на сопственикот. Некои од нив започнуваат да ги изнесуваат и своите економски размислувања. Па некој вели: „секое зло за некое добро. Сега барем стакларот ќе може да заработи. На крајот, што би се случило со стакларскиот бизнис доколку прозорците никогаш не се скршат.” Но, ова не е единствената предност. Да претпоставиме дека поправката чини 10.000 денари. Стакларот ќе треба некаде да купи материјали. Ова значи дека ќе профитираат и производителите на овие материјали. Потоа, тие ќе ја потрошат својата заработувачка на нешто трето итн. Но, да го погледнеме овој случај и од друг агол. Минувачите се само делумно во право. Стакларот ќе профитира, ама сопственикот на пекарата е во загуба. Тој требаше да има 10.000 денари и прозорец, а сега има само прозорец. Но, не е само тоа. Тој планираше со тие 10.000 денари да купи нов костум. Сега нема со што и кројачот остана без работа. Со други зборови, добивката на стакларот, е загубата на кројачот. Нема додадена вредност за економијата. Случајните минувачи размислуваа во рамките на двострана трансакција: пекар-стаклар. Но, трансакцијата е тространа: пекар-стаклар-кројач. Минувачите ја забораваја третата страна-кројачот, бидејќи него не го гледаат со своите очи. Не го гледаат костумот, бидејќи тој нема да биде изработен.

Микроекономијата се однесува на недостигот или оскудноста (Scarcity) и како поединците и фирмите прават различни избори во услови на недостиг. Притоа, поединците (потрошувачите) се стремат да ја максимизираат својата корисност, а фирмите се стремат да ја максимизираат добивката (профитот). Цените определуваат што ќе се произведува, како ќе се произведува и за кого ќе се произведува.

# ИНПУТИ И АУТПУТИ

- Инпутите** се добра и услуги што претпријатијата ги користат во производниот процес (фактори на производство): земјата и природните ресурси, капиталот, трудот и претприемништвото.
- Аутпутите** се добра и услуги што се резултат на комбинацијата на инпутите.
- Што се добра? (автомобил), А што услуги? (образование).
- Законот на реткоста**- Во секоја земја, природните, човечките и произведените ресурси се релативно ретки и ограничени. Со нивната употреба се добиваат добра и услуги со ограничена понуда- **економски добра. За разлика од економските добра кои се ретки и ограничени, постојат и слободни добра кои може секој да ги користи (вода, воздух итн.).**

# ОПОРТУНИТЕТНИ ТРОШОЦИ

Ресурсите можат алтернативно да се употребуваат. Изборот на една употреба на ресурсите значи автоматски испуштање на можноста за искористување на другите алтернативни употреби на ресурсот.

Пример 1: Ако имаме 2000 ден. можеме да ги искористиме или за да купиме патики, или за да купиме фармерки.

Пример 2: Можеме да избериме или да студираме на факултет, или да работиме во семејната фирма.

Ако избериме да учиме, ја губиме можноста да добиваме плата. Според тоа, нашите опортунитетни трошоци би биле:

- Вкупната сума на пари која би ја зеле во вид на плата (за период од 4-5 години),
- Вкупните трошоци за школување (стан, храна, книги...).

*Изгубениот доход врзан за највисоко вреднуваната алтернативна употреба на ресурсот се нарекува опортунитетен трошок.*

# *Поврзаноста меѓу недостигот, изборот и трошоците*

Недостиг → Избор → Опортунитен трошок

Недостигот од средства во општеството претпоставува недоволно ресурси за производство на сите добра и услуги, потребни да ги задоволат сите човекови барања. Како резултат на тоа, општествата секогаш се соочени со проблемот на правење избор. Овој концепт е опфатен во познатата фраза на Милтн Фридман: „Не постои такво нешто како бесплатен ручек (Нема бесплатен ручек).” Ова значи дека секоја одлука има жртва во однос на алтернативата која сме ја избрале. Овој исказ ја доловува врската меѓу концептите недостиг, избор и трошок. Поради недостигот, луѓето мора да избираат, а секој избор предизвикува трошок (жртва). Кога се решавате за една можност, се откажувате од друга.

# Теорија на избор на потрошувачот 1/4

Теоријата на изборот на потрошувачот настојува да ги открие и објасни факторите што го детерминираат однесувањето на потрошувачот-зошто некои луѓе преферираат, претпочитаат или повеќе сакаат позначајниот дел од својот расположлив, но во основа ограничен доход, да го потрошат за уредување на станот, а не за купување на скап автомобил, зошто некои луѓе многу трошат за купување на луксузни добра, а некои постојано штедат, зошто некои претпочитаат вкусна и квалитетна храна, а други модерна и скапа и облека итн.



# Теорија на избор на потрошувачот 2/4

Современата теорија за изборот на потрошувачот поаѓа од четири темелни претпоставки:

Прво, расположливиот доход на потрошувачот е секогаш ограничен,

Второ, потрошувачот не може да влијае врз висината на цените на добрата и услугите што ги купува со ограничениот доход,

Трето, помеѓу различните расположливи добра и услуги, потрошувачот кој располага со ограничен доход, секогаш ги избира оние добра и услуги кои го максимизираат неговото лично задоволство,

Четврто, вкусот на потрошувачот му овозможува да ги класифицира, вреднува, комбинира и избере различните добра и услуги, повторно во зависност од задоволството што тие му го пружаат.

# ТЕОРИЈА ЗА ИЗБОРОТ НА ПОТРОШУВАЧОТ 3/4

Секој од нас секојдневно врши бројни избори: Ќе спијам подолго или ќе станам порано? Ќе го потрошиме нашиот доход или ќе штедиме за во иднина? Ќе учиме за испит или ќе се журкаме? Сакаме повкусна и поквалитетна храна или поскапа и помодерна гардероба? Овие одлуки го чинат потрошувачкиот избор и се темел на нашето секојдневно постоење.

-Теорија на корисност (задоволство)-консумирајќи храна човекот чувствува задоволство. Задоволство е присутно и кога некој носи убава облека, гледа добар филм, слуша добра музика и сл. Луѓето субјективно различно ги вреднуваат производите во зависност од кој што претпочитува.

# ТЕОРИЈА ЗА ИЗБОРОТ НА ПОТРОШУВАЧОТ 4/4

Вкупна и гранична корисност-замислете дека наутро, пред да одите на факултет, на маса имате неколку вкусни сендвичи. Јадењето на првиот сендвич ви дава одредена корисност, задоволство. Потоа го јадете вториот сендвич. Вашата вкупна корисност расте, бидејќи јадењето на вториот сендвич ви дава дополнителна корисност. Што ќе се случи доколку го изедете и третиот сендвич? Вкупната корисност со консумацијата на третиот сендвич ќе се зголеми, но дополнителната корисност од третиот сендвич намалува. Тоа е нормално бидејќи доаѓа до заситување. Значи со консумацијата на дополнителни единици од некое добро, вкупната корисност расте, но со се помала и помала стапка бидејќи дополнителната корисност од дополнително потрошената единица на доброто опаѓа во мера во којашто повеќе го консумирате.

## Граница на производствени можности на општеството (1/5)

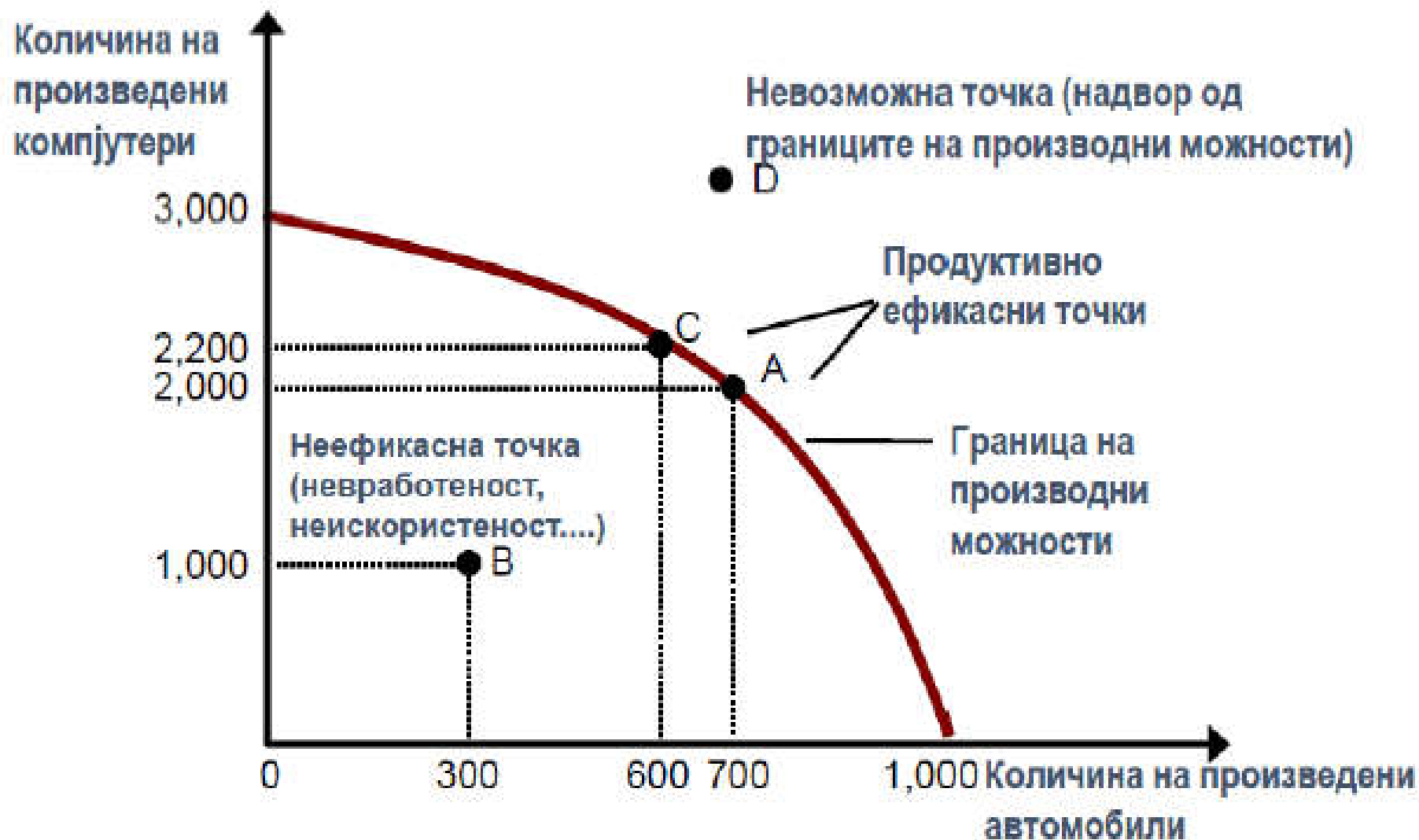
За да произведе различни добра и услуги, општеството мора да избери како да ги искористи расположливите ретки ресурси. Заради ограниченоста на ресурсите, производствените можности на економијата се, исто така, ограничени. Пример- производство на компјутери и производство на автомобили:

- може да се произведат 3000 компјутери и 0 автомобили, или 0 компјутери и 1000 автомобили,
- може да се произведат 2000 компјутери и 700 автомобили (точка А),
- може да се произведат 2200 компјутери и 600 автомобили (точка С),
- може да се произведат 1000 компјутери и 300 автомобили (точка В). Но, не може да се произведат 3000 компјутери и 1000 автомобили!

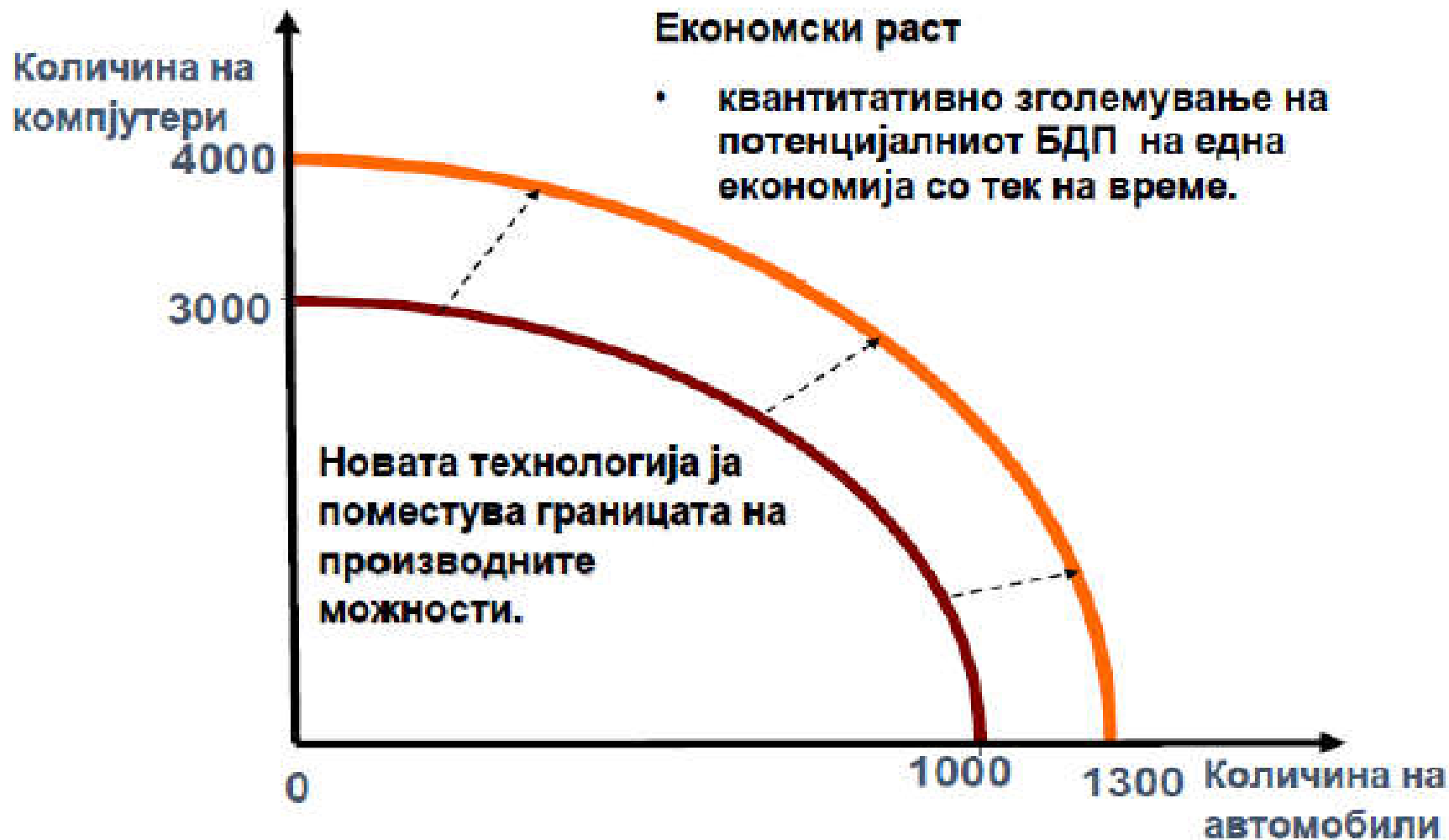
Притоа, точките А и С се продуктивно ефикасни точки бидејќи се на самата граница на производствени можности на општеството, а точката В е внатре и е неефикасна точка (има неискористеност на ресурсите, невработеност итн).

Заради новите технологии кривата на производствени можности се поместува.

# Поместување на границата на производните можности (2/5)



# Поместување на границата на производните можности (3/5)



# Граница на производни можности (4/5)

Границата на производните можности на општеството ни ја покажува максималната количина на производи што една економија може да ја постигне со искористувањето на сите расположливи ресурси- природни, човечки и произведени.

**Кривата има своја аналитичка вредност:**

**Прво**, кривата означува максимално користење на ресурсите,

**Второ**, сите точки кои лежат на границата се ефикасни,

**Трето**, точките надвор од кривата се невозможни,

**Четврто**, точките внатре во кривата претставуваат состојби кога општеството не ги користи доволно ресурсите,

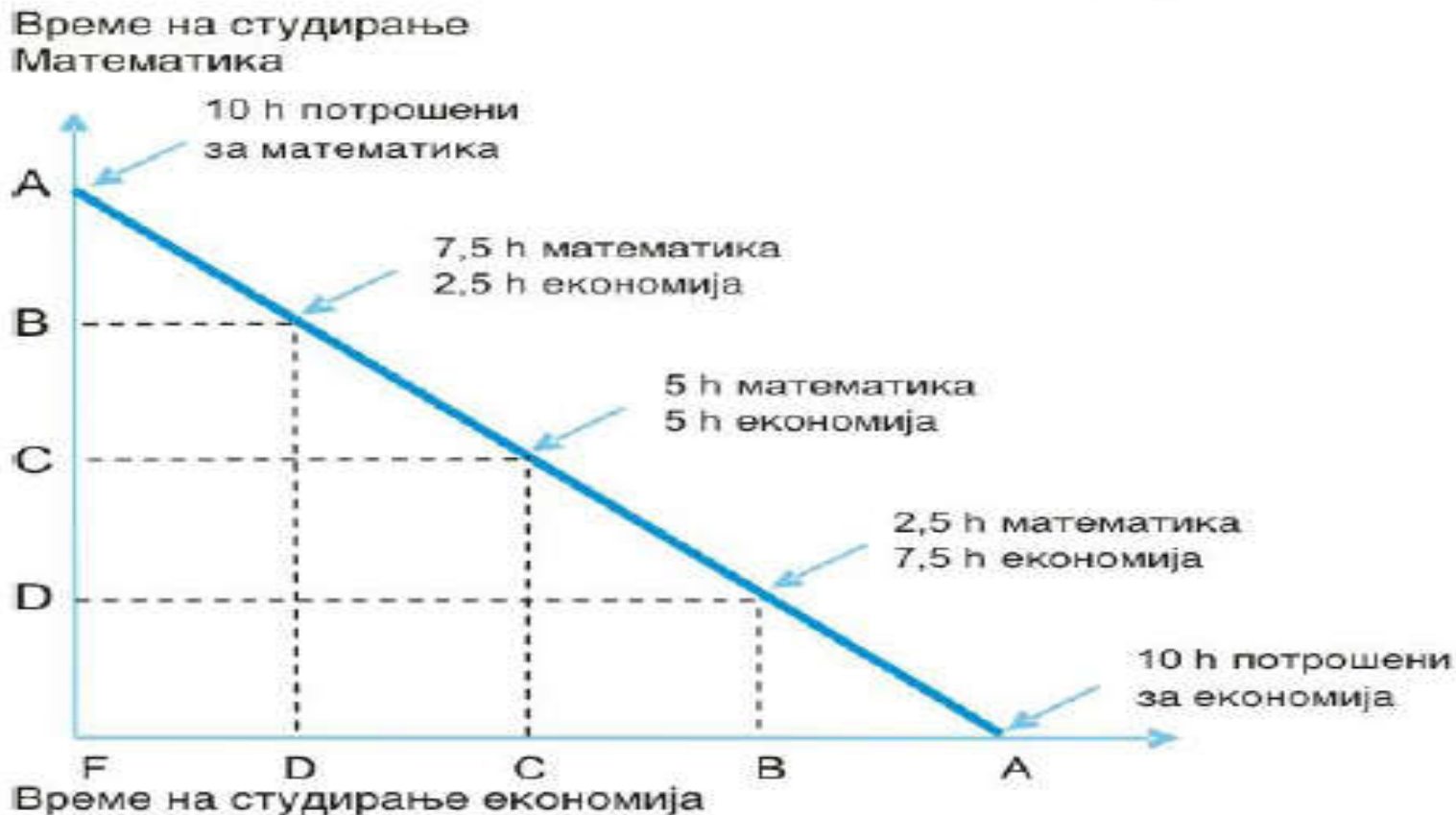
**Петто**, од сето ова следува дека кривата го илустрира законот за реткоста во економијата и потребата постојано да се прави избор,

**Шесто**, новите технологии ги зголемуваат производните можности на општеството и ја поместуваат кривата на производните можности нагоре и надесно.

# ГРАНИЦИТЕ НА ПРОИЗВОДНИТЕ МОЖНОСТИ НА ОПШТЕСТВОТО (5/5)

Пример: еден студент има на располагање ограничено време (ресурс) од 10 часа за да студира математика и економија (Треба да се направи избор при што постои т.н. trade off односно замена).

## КРИВАТА НА ПРОИЗВОДНИТЕ МОЖНОСТИ ЗА СТУДИРАЊЕ ЕКОНОМИЈА И МАТЕМАТИКА





# Поим за побарувачка

Индивидуалната побарувачка за определено добро претставува количина на доброто што едно лице сака и е способно да ја плати во определен временски период.

Најзначаен фактор кој влијае врз индивидуалната побарувачка за определено добро е Цената ( $P_x$ ).

Други фактори:

- Доходот на потрошувачите ( $Y$ ),
- Големината на пазарот ( $M$ ),
- Цената на добрата поврзани со тоа добро ( $P_r$ ),
- Вкусовите на потрошувачите ( $T$ ),
- Очекувањата на потрошувачите за движењето на цената во иднина ( $E$ ),
- Други релеватни фактори ( $O$ ).

Кривата на побарувачка ни ги покажува соодносите меѓу бараната количина на доброто од страна на едно лице и цената на доброто ( $P_x$ ), под претпоставка дека ништо друго не се променило (*ceteris paribus*). Таа има опаѓачки наклон.

**Пазарната побарувачка за доброто (X) претставува збир на индивидуалните побарувачки за доброто (X) на соодветниот пазар.**

**Закон за побарувачка-Покачувањето на цената на доброто, под претпоставка дека ништо друго не се променило, предизвикува опаѓање на вкупната барана количина за тоа добро. И обратно...**

**Зошто? Заради 2 причини: 1) Ефектот на супституција (замена на едно со друго добро-говедско месо за пилешко месо), 2) Ефектот на доход (повисоки цени- помал доход за купување. Ако порасне цената на месото, потрошувачите ќе купваат и трошат помалку месо)**

**-Добрата за кои побарувачката расте со порастот на доходот се нарекуваат нормални добра.**

**-Инфериорни добра-порастот на доходот на потрошувачите, место кон зголемување води кон намалување на побарувачката за овие добра (На пример лебот. Зголемениот доход им овозможува на потрошувачите да го заменат лебот со поскапи добра-месо, сирење и сл.).**

**Исклучоци: Законот за побарувачка не функционира секогаш (Гифинов ефект)! Кон средината на 19 век Роберт Гифин во Ирска забележал дека зголемувањето на цената на компирите при други непроменети услови (*ceteris paribus*), место да ја намали, ја зголемува побарувачката на компири. Ова се случувало во услови на голема сиромаштија и голем недостаток на компири кои биле основен прехранбен производ на населението. Овде преовладува ефектот на доход пред ефектот на супституција. На зголемената цена на компирите населението одговара со зголемена побарувачка на компири.**

**Цената и побарувачката растат истовремено кога ефектот на доход преовладува над ефектот на супституција.**

# Фактори што ја условуваат побарувачката

**Доходот на потрошувачите ( $Y$ ):** Поголем доход, поголема побарувачка за определено добро.

**Големината на пазарот ( $M$ ):** Апсорпционата моќ на пазарот е мерлива преку бројот на населението и просечниот доход (Македонија со неполни 2 милиони жители и низок доход по глава жител има мал пазар и пазар со мала апсорпциона моќ. Од друга страна, речиси 60 милиони луѓе во Франција, кои располагаат со далеку поголем доход по глава жител, ќе купуваат многу повеќе од сите видови добра и услуги).

**Цените на добрата поврзани со тоа добро ( $P_r$ ):** супститути (пр. Кока Кола и Пепси, путер и маргарин).

**Вкусовите на потрошувачите ( $T$ ):** различни потреби и желби.

**Очекувањата на потрошувачите за движењето на цените во иднина ( $E$ ):** Ако очекуваме цената на определено добро да опаѓа, ќе ја одложиме нашата потрошувачка за во иднина.

**Други релевантни фактори ( $O$ ):** лошо време/побарувачка за чадори.

Кривата на побарувачка = однос меѓу бараната количина за добро X (апсциса – хоризонтална оска) и пазарната цена на доброто X, *ceteris paribus* (ордината – вертикална оска)

Кривата на побарувачката има опаѓачки наклон (надолу и надесно).



Закон за побарувачката = покачувањето на цената на доброто, под претпоставка дека ништо друго не се променило, предизвикува опаѓање на вкупната барана количина за тоа добро. И обратно.

## Поим за понуда и крива на понуда

Под понуда се подразбира количината на определено добро што претпријатијата сакаат и се способни да ја произведат и продадат за определен временски период.

Пазарната понуда претставува збир на сите количини на определено добро што индивидуалните претпријатија се способни и сакаат да ги произведат и продадат во определен период.

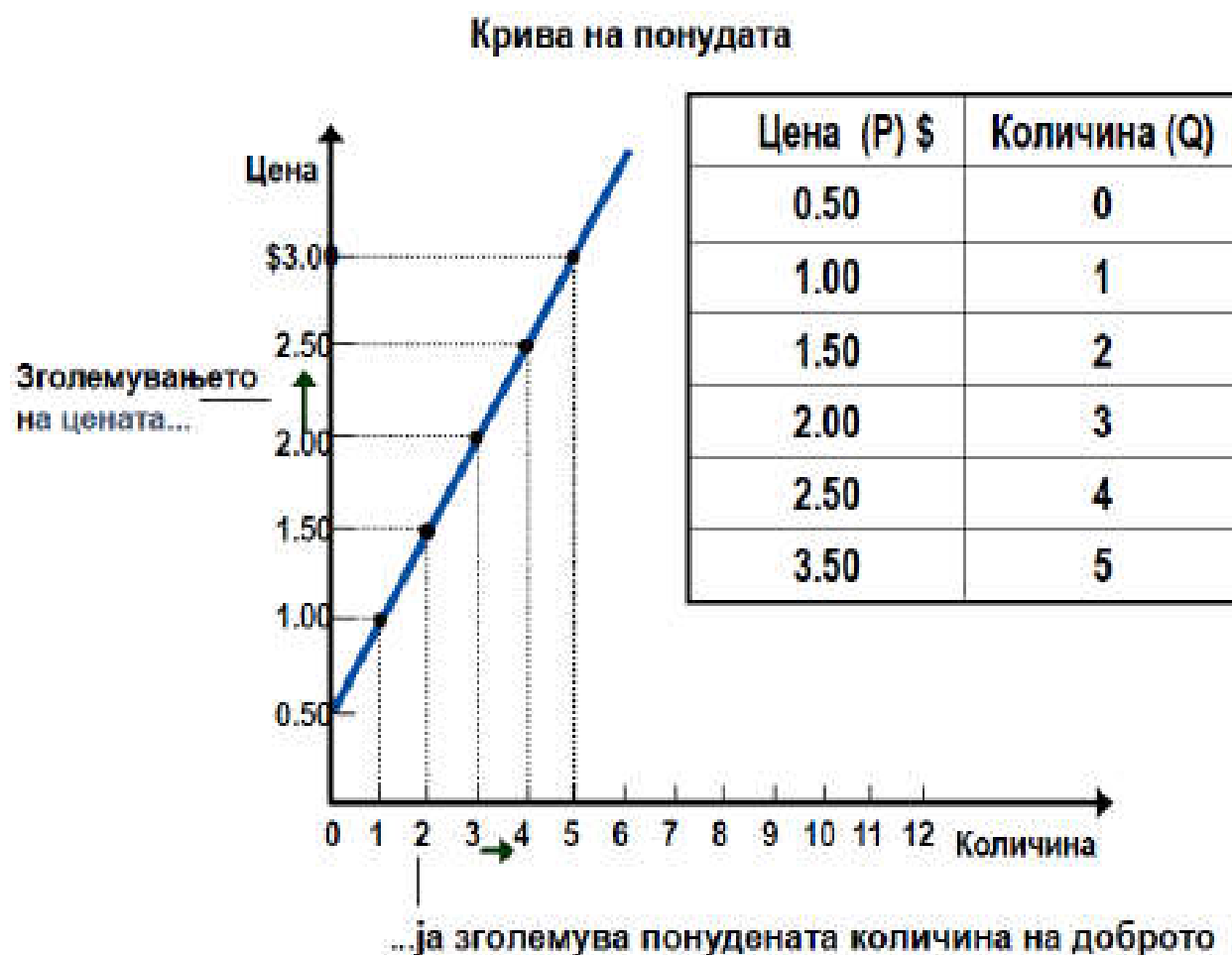
## Фактори што ја условуваат понудата

- 1) Профитот на претпријатието  $Pf$  : вкупен приход-вкупни трошоци,
- 2) Цената на доброто  $Px$  : поголема цена, поголем профит,
- 3) Цената на инпутите  $Pi$  (факторите на производство)- На пример: повисоката цена на нафтата ги зголемува трошоците на производство на доброто. Ова создава помала понуда,
- 4) Технологијата  $T$ , секое унапредување на технологијата ги намалува трошоците,
- 5) Цената на другите добра што се во врска со доброто  $x$ ,  $Pg$  (*важни се цените на супститутите. Пример-од производство на автомобили корпорацијата ќе се пренасочи во производство на автобуси ако за тоа се укаже потреба*)
- 6) Други релевантни фактори  $O$  : економска политика, очекувања за движењето на цените во иднина. Претпријатијата реагираат рационално.

Закон за понудата = понудената количина се зголемува кога се зголемува цената на доброто, под претпоставка дека ништо друго не се променило, и обратно.

Кривата на понуда = однос помеѓу пазарната цена на едно добро и количината на доброто што производителите, претпријатијата, сакаат да ја произведат и продадат, *ceteris paribus*

Кривата на понудата има растечки наклон (нагоре и надесно).



**Врамнотежување на понудата и побарувачката=количеството од доброто кое купувачите се подготвени и способни да го купат целосно се совпаѓа со количеството кое продавачите се подготвени и способни да го продадат.**

**Пазарен механизам**  
**- рамнотежа на понуда и побарувачка-**



## ТРОШОЦИ НА КРАТОК РОК

**Фиксни инпути (фактори на производство) - инпут чија количина останува иста (константна), без разлика колкав аутпут е произведен.**

**Варијабилен инпут (фактор на производство) - инпут чија количина се менува како што се менува нивото на аутпутот.**

**Трошоци - Парични издатоци (плаќања) на фирмите наменети за купување на фактори на производство (инпути).**

**Трошоците влијаат врз профитот на фирмата:**

**Профит = вкупен приход - вкупни трошоци**

**Вкупни трошоци = фиксни + варијабилни трошоци**

**Амортизација - загуби во вредноста кои се резултат на употребата на машините и опремата низ времето.**

**Фиксни трошоци (FC) - Трошоци на фиксните инпути. Тие не реагираат на промените во аутпутот. Тие постојат дури и ако претпријатието воопшто не работи.**

**Видови:** 1) закупнини за изнајмени згради, машини и друга опрема;

2) амортизација;

3) плаќања на камати по кредити;

4) плаќања за осигурување;

5) плати на менаџерите.

**Забелешка:** На долг рок сите фактори на производство стануваат променливи, а со тоа и сите видови на трошоци добиваат варијабилен карактер.



**Варијабилни трошоци (VC) - Трошоци на варијабилните инпути. Тие реагираат на промените во аутпутот.**

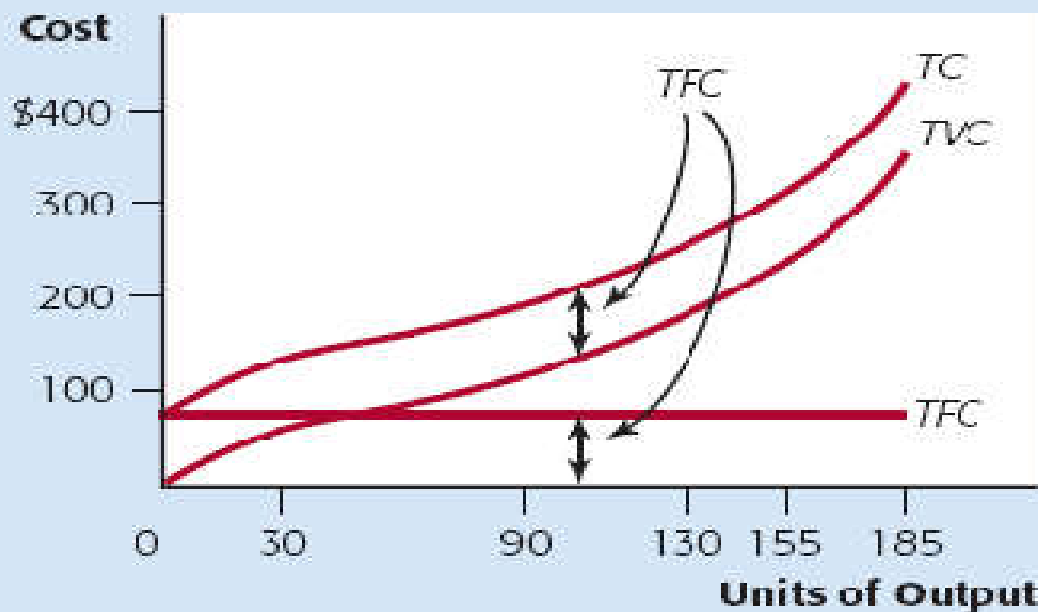
**Видови:** трошоци за сировини, полупроизводи, плати на работници.

**Вкупни трошоци (ТС)- Трошоци на сите инпути (фиксни и варијабилни) кои се употребуваат во производството на определено ниво на аутпут:**

$$TC = FC + VC$$

**Заради VC, ТС растат како што расте нивото на аутпутот.**

THE FIRM'S TOTAL COST CURVES



ИНПУТИ	ТРОШОЦИ-парични издатоци, т.е плаќања што претпријатието ги прави за ангажираните фактори на производсрво
ФИКСНИ	ВКУПНИ ФИКСНИ ТРОШОЦИ: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Амортизација</li> <li>■ Закупнина</li> <li>■ Плаќања на камати</li> <li>■ Осигурување</li> <li>■ Плати за менаџерите</li> </ul>
ВАРИЈАБИЛНИ	ВКУПНИ ВАРИЈАБИЛНИ <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Материјали, суровини, плати на работниците</li> </ul>
	ВКУПНИ ТРОШОЦИ $TC = TF + TV$

ИНПУТИ	ТРОШОЦИ-парични издатоци, т.е плаќања што претпријатието ги прави за ангажираните фактори на производсрво
ФИКСНИ	<p>ВКУПНИ ФИКСНИ ТРОШОЦИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Амортизација</li> <li>■ Закупнина</li> <li>■ Плаќања на камати</li> <li>■ Осигурување</li> <li>■ Плати за менаџерите</li> </ul>
ВАРИЈАБИЛНИ	<p>ВКУПНИ ВАРИЈАБИЛНИ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Материјали, сировини, плати на работниците</li> </ul>
	<p>ВКУПНИ ТРОШОЦИ</p> $TC=TF+TV$

## Основни сметководствени биланси

Биланс на состојба претставува преглед на средствата, обврските и нето-вредноста на претпријатието, во даден момент, најчесто на крајот на годината. Левата страна ја сочинуваат средствата на претпријатието (активата), а десната страна-обврските на претпријатието и неговата нето-вредност (капиталот), т.е. пасивата. Билансот на состојба покажува колку вреди компанијата во одреден момент. Се прави полугодишно или годишно (обично на 31.12).

### АКТИВА:

1. Тековна актива-готовина, залихи (суровини, помошни материјали, готови производи), побарувања од купувачите.
2. Фиксна актива-земјиште, згради, опрема.

### ПАСИВА:

1. Тековна пасива-обврски кон добавувачи, обврски кон банки, обврски за плати, обврски за даноци, други обврски.
2. Долгорочни обврски-исплата на камати и главнина на емитирани обврзници.
3. Нето-вредност на претпријатието-разлика помеѓу средствата и обврските на претпријатието.

Вредноста на активата мора да биде еднаква со вредноста на пасивата.

Нето-вредноста на претпријатието (Капитал)=актива (Средства)-Обврски

# Биланс на успех

Биланс на успех-преглед на вкупните приходи и трошоци на работењето на претпријатието, за одреден период, најчесто една година.

Вкупен приход (од продажба на финални производи) минус вкупни трошоци (материјални трошоци, плати, амортизација, транспорт, маркетинг, други административни трошоци), се добива оперативен профит, минус трошоци за камати и данок на профит-се добива нето профит по оданочување, минус исплатени дивиденди-се добива нераспределен профит.

Што е разлика меѓу приход и прилив? Ако се продаде нешто тоа е приход (кога е фактурирано), а кога парите ќе стигнат тогаш е прилив. Дали може да бидеме во профит, а да немаме пари? Да, ако е продадено, а ненаплатено. Дали може да бидеме во загуба, а да имаме пари? Да, кога нема да платиме обврски.

Наплатени побарувања од купувачите или побарувања од купувачите

Тр-ци на производство: сировини, труд, набавка и тр-ци на залиха

Тро-ци за маркетинг и продажба, транспортни трошоци, плати на директорите..

Се пресметува за тековната година за којашто се изготвува БУ

1. Приходи од продажба.....	2.000.000
2. Трошоци на продадени производи..	- 1.500.000
3. <b>БРУТО ДОБИВКА.....=</b>	<b>500.000</b>
4. Продажни и адм.трошоци.....	- 270.000
5. Амортизација.....	- 50.000
6. <b>Оперативна добивка.....=</b>	<b>180.000</b>
7. Трошоци за камати.....	- 20.000
8. <b>Добивка пред оданочување..... =</b>	<b>160.000</b>
9. Данок.....	- 49.500
10. <b>Добивка по оданочување (Нето добивка) =</b>	<b>110.500</b>
11. Дивиденди на приоритетни акции.....	- 10.500
12. Добивка на располагање на обичните акционери..... =	<b>100.000</b>
13. Продадени акции.....	100.000
14. Добивка по акција (дивиденда што ја добиваат сопствениците на обичните акции).....	1,00\$

Тр-ци на позајмени средства

При исплатата на дивидендата, приоритетните акции имаа предност пред обичните акции

# Извештај за готовинските текови

Во извештајот за паричните текови се евидентираат сите паричните примања и издатоци на претпријатието во определен временски период.

Извештајот за готовинските текови ги трансформира податоците од билансите на состојба и успех во информации за готовинските текови.

Во билансите за состојба и успех се евидентираат приходите во времето на нивното настанување, а не кога плаќањето навистина ќе биде извршено.

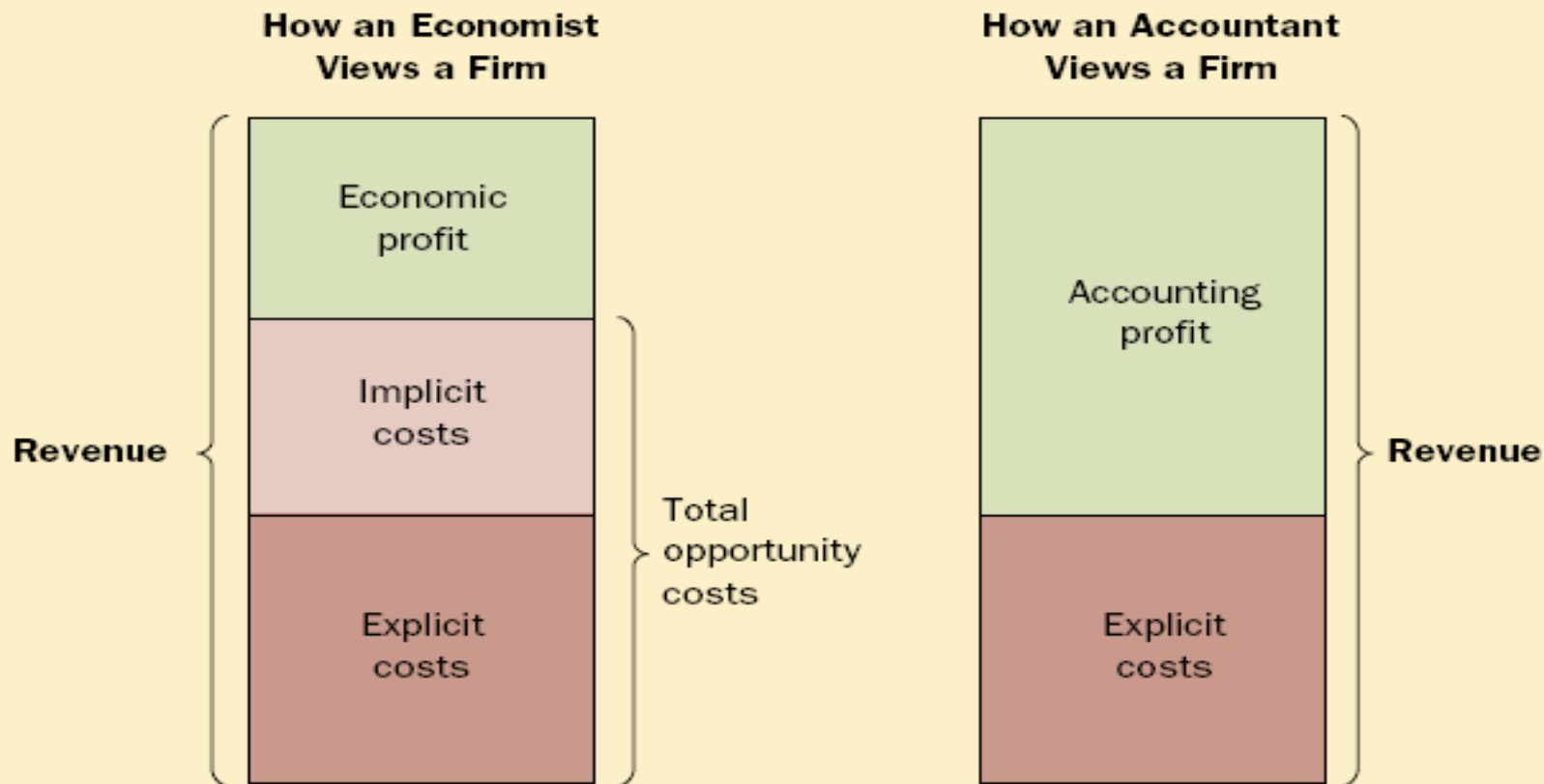
# Опортунитетни трошоци, сметководствен и економски профит

Опортунитетен трошок-изгубениот доход врзан за алтернативната употреба на ресурсите.

Сметководствен профит-разлика помеѓу вкупните приходи и вкупните трошоци на претпријатието, онака како што се евидентираат во сметководството, врз основа на реализираните аутпути и купените инпути на пазарот.

Економски профит-тука, покрај експлицитните трошоци, за кои претпријатието прави конкретни парични издатоци, се вклучени и имплицитните, опортунитетните трошоци. Економскиот профит е помал од сметководствениот профит.





**Економистите наспроти сметководителите-Економистите ги вклучуваат сите опортунитетни трошоци кога анализираат некоја фирма, додека сметководителите ги мерат само експлицитните трошоци. Затоа, економскиот профит е помал од сметководствениот профит.**



Ви благодарам на вниманието!

*Проф. д-р Божидар Миленковски*

Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола

Факултет за информатички и комуникациски  
технологии - Битола

[bozidar.milenkovski@uklo.edu.mk](mailto:bozidar.milenkovski@uklo.edu.mk)