CILJNA FUNKCIJA I RAVNOTEŽNI POLOŽAJ ISLAMSKOG PREDUZEĆA

Mehmed Meta, prof. dr

Internacionalni – Univerzitet u Novom Pazaru
Novi Pazar, Srbija
m.meta@uninp.edu.rs

Apstrakt

Egoistički ciljevi i maksimiziranje vlastitog zadovoljstva su dva osnovna postulata na kojima tradicionalne i moderne ekonomske teorije na Zapadu objašnjavaju ekonomsko ponašanje mikroekonomskih entiteta (proizvođača, potrošača, zaposlenih, menadžera, vlasnika preduzeća, ulagača). Izraženi egoizam, koji se manifestira u brizi samo za sebe, čini bazu na kome ovi teorijski pristupi grade modele ponude, tražnje, objašnjavaju ravnotežu na tržištima outputa, tržištima faktora proizvodnje i sl. Zapadnjačka mikroekonomska teorija objašnjava ponašanje racionalnog čovjeka, osobe ili institucije koja o interesima drugih ne brine i ne uzima ih kao parametar za svoje akcije. Ovim ne isključujemo mogućnost da u ekonomskoj stvarnosti neki od njih, u većoj ili manjoj mjeri, ne uvažavaju interese drugih, ali takav pristup nema svoje institucionalno utemeljenje, poput pristupa iz islamske perspektive. Razlozi altruističkog djelovanja neislamskih entiteta, onih čije ponašanje nije u skladu sa islamskim principima i načelima, mogu biti humane, političke ili socijalne prirode.

Cilj ovog rada je da, ako ne u svojoj ukupnosti a ono bar u određenim fragmentima, ukaže na ekonomske implikacije ponašanja preduzeća po islamskim principima i favorizovanja altruističkih ciljeva na ekonomski položaj donosioca odluka u njima.

Ključne riječi: Islamsko preduzeće, funkcija korisnosti, zekat, milostinja, funkcija tražnje, Kur'an, marginalni prihod, marginalni trošak

TARGET FUNCTION AND THE EQUILIBRIUM POSITION OF ISLAMIC ENTERPRISES

Abstract

Egotistical goals and maximizing his own pleasure are the basic postulates on which traditional and modern economic theory in the West explains microeconomic behaviour of economic entities (producers, consumers, employees, managers, company owners, investors). Expressed egoism, which is manifested through care for himself makes a basic foundation on which these theoretical approaches build models of supply, demand, explain the market equilibrium output, markets, production factors, and the like. Western microeconomic theory explains the behaviour of a rational man, the person or institution that he does not care about the interests of others and does not take it as a parameter of his action. This does not exclude the possibility that in the economic reality some of them, to a greater or lesser extent, do not respect the interests of others, but such an approach does have its institutional foundations, from an Islamic perspective. Reasons for altruistic actions of un-Islamic entities, entities whose behaviour is not in line with Islamic principles and norms, can be of human, political or social nature.

The aim of this study is that, if not in its entirety, then at least in certain fragments indicate the economic implications of firm behaviour based on Islamic principles and favouring altruistic goals of the economic position of decision-making in them.

Keywords: Islamic Company, a utility function, zakat, alms, demand function, Kur'an, marginal revenue, marginal cost

JEL codes: D21

UVOD

Neoklasična teorija firme stoji na stanovištu da je ciljna funkcija preduzeća ostvarenje najveće moguće razlike između ukupnog prihoda i ukupnih troškova, odnosno maksimiziranje ukupnog profita. Pri nepromijenjenoj veličini kapaciteta i tehnologiji proizvodnje, problem maksimiziranja profita se svodi na utvrđivanje obima proizvodnje i prodaje pri kome se uspostavlja jednakost marginalnih troškova i marginalnog prihoda. Samo iz količine angažiranih varijabilnih faktora, koji rezultiraju nivoom outputa koji se karakterizira jednakošću marginalnog prihoda i marginalnih troškova, ukupan profit preduzeća će biti najveći mogući. Ovaj model se zasniva na pretpostavci da je donosilac odluke istovremeno i vlasnik preduzeća i da je on perfektно informiran o svim mogućim alternativama svog djelovanja i njihovim ekonomskim implikacijama. Uobičajeno je da se obim proizvodnje pri kome se postiže maksimum u pogledu zadovoljenja ciljne funkcije donosioca ekonomskih odluka u preduzeću naziva ravnotežnim obimom proizvodnje.

Osnovu neoklasične teorije firme čini egoizam i sebičnost donosioca odluka u preduzeću (vlasnika firme ili njenih akcionara). Egoizam, kao komponenta ljudske ličnosti, preslikan na privrednu stvarnost nije ništa drugo do svojevrsna ekonomsku fotokopija hedonističke teorije, čiji je idejni tvorac engleski filozof Bentam (1748-1832). Osnovna pokretačka snaga čovjeka kao individue je njegova težnja za povećanjem vlastitog zadovoljstvo i izbjegavanje tegoba. Iako je hedonistička ideja i danas jako prisutna u brojnim teorijama motivacije, njome se ljudsko ponašanje ne može u svom totalitetu objasniti. Sebičnost predstavlja samo jednu od komponenti ljudskog ponašanja, ali pored egoizmom ono je u brojnim situacijama i ne tako rijetko determinirano i ljubavlju i simpatijama prema drugim ljudima i njihovim zadovoljstvom. I veliki engleski klasični ekonomista Adam Smit (1727 – 1790) je u svojim djelima isticao sebičnost kao bitan pokretač ljudske aktivnosti, ali istovremeno nije osporavao postojanje i nekih drugih faktora koji podstiču ljude da djeluju u interesu drugih.

Koje posljedice u pogledu ravnotežnog obima proizvodnje nastaju ako donosioci odluka u preduzeću i njihovi vlasnici nisu iste osobe, ili ako donosioci odluka osim principa ekonomske racionalnosti preferiraju zadovoljiti i neki drugi cilj? Najveći broj preduzeća u razvijenim tržišnim ekonomijama, kao i onim privredama koje se nalaze u fazi tranzicije, su mala po broju zaposlenih i obimu svojih poslovnih aktivnosti i neposredno su kontrolirana od strane njihovih vlasnika. Pitanje dominantnog cilja njihovog funkcioniranja, odnosno maksimiziranje profita preduzeća sa ovakvom vlasničkom i upravljačkom strukturom se ne može dovesti u

pitanje. Vlasnici imaju primaran motiv da maksimiziraju profite takvih preduzeća, jer profiti njima pripadaju i poslovnim procesima tih preduzeća oni upravljaju. Takav slučaj nije sa velikim korporacijama u kojima postoji podvojenost vlasništva nad preduzećem i upravljanja njegovom imovinom. Na premisama ove podvojenosti nastali su brojni novi pristupi istraživanju ciljne funkcije preduzeća i njegove ravnotežne solucije, poznate pod nazivom menadžerske teorije firme.

Preduzeća u današnjim sve složenijim uslovima moraju razmišljati i u svoju ciljnu funkciju inkorporirati i interese brojnih drugih grupa (vanjskih i unutarnjih stejkholdera), odnosno potencirati komponentu svoje poslovne i društvene odgovornosti. Briga o nemoćnima i siromašnim, o zaposlenima i njihovim porodicama, očuvanje i unapređenje životne okoline, stvaranje povoljne klime u javnosti i medijima i sl., sve više preokupiraju pažnju donosioca odluka u preduzećima.

NEISLAMSKJE KRITIKE KONCEPTA MAKSIMIZIRANJA PROFITA

U ekonomskoj teoriji su još uvijek prisutne burne rasprave o tome da li maksimiziranje profita predstavlja stvarnu i jedinu pobudu preduzeća u modernim privredama tržišnog tipa. Brojne analize koje su se zasnivale na empirijskim podacima i anketama američkih korporacija pokazale su da većina preduzeća umjesto politike maksimalnih profita vode politiku punih troškova. Ova preduzeća ne utvrđuju cijene svojih proizvoda da bi ostvarila maksimalne profite, nego da bi pokrila troškove i realizirala samo određeni iznos profita. Ankete su pokazale da preduzeća čak i ne znaju kakva im je kriva marginalnog prihoda, kao što i ne znaju krivu potražnje za svojim proizvodom, preferencije potrošača i reakcije konkurenata na vlastite odluke o cijenama. Svi ovi razlozi dovode u pitanje maksimiziranje profita kao vrhunsku motivaciju preduzeća.

Dilemu da li maksimiziranje profita predstavlja jedini motiv preduzeća potencira i Samuelson [7, str. 522]. On se pita, do kog stepena poslovni ljudi stvarno pokušavaju da maksimiziraju svoje profite? Do koje mjere uspijevaju u tome ako to pokušavaju? Na ova pitanja, po Samuelsonu, nije moguće dati precizne odgovore. Jedno je međutim sasvim sigurno, ako je preduzeće nemarno pri izračunavanju troškova i prihoda, onda će ga Darwinov zakon o tome da prežive samo najспособniji eliminirati sa tržišne scene. Stoga ona preduzeća koja uspijevaju da prežive ne mogu biti u potpunosti indiferentna prema maksimiziranju svojih profita. Rasprava o tome da li maksimizacija profita predstavlja osnovni motiv osnivanja i funkcioniranja preduzeća, ne samo u američkoj privredi, nego i u drugim ekonomijama tržišnog tipa, je dobila na intenzitetu pojavom Galbraitove knjige „Nova industrijska država“. Po Galbraitu maksimiziranje profita nije osnovna pobuda preduzeća. Maksimiziranje profita prestaje biti motiv preduzeća zato što vlast nad preduzećima sve više prelazi iz ruke vlasnika u ruke tehnostuktura, odnosno sloja profesionalnih menadžera. U takvim okolnostima maksimiziranje profita bi značilo da profesionalni upravljači (menadžeri) obezbjeđuju što veće profite ne sebi nego akcionarima, odnosno vlasnicima kapitala i preduzeća. Po

njemu, čak i u situacijama kada su menadžeri suvlasnici preduzeća, oni su prinuđeni da poštuju određeni kodeks ponašanja i imati određeni nivo ličnog poštenja, što podrazumijeva po logici stvari da moraju odolijevati od vlastitih finansijskih iskušenja. No pružanje otpora finansijskim iskušenjima se ne može nametnuti menadžerima na nižim hijerarhijskim nivoima. Članovi tehnostukture, po Galbraitu [1, str 127], ne dobivaju profite koje maksimiziraju, oni se moraju uzdržavati od ostvarenja ličnih profita. Prema tome, ako prihvatimo kao tačnu tradicionalnu tezu da njih motivira želja da maksimiziraju profite, onda moramo prihvatiti i tezu da su ti ljudi voljni da drugima, u prvom redu akcionarima, priušte ono što im se izričito zabranjuje da sebi priušte. Eto, sada vidite na kakvim temeljima danas stoji doktrina o maksimiziranju profita...Prema toj doktrini želja za ostvarenjem profita, baš kao želja za seksualnim izražavanjem, posljedica je jednog fundamentalnog nagona. No, ta doktrina u isti mah tvrdi da ovaj nagon ne funkcioniše u prvom, nego u trećem licu, da je odvojen od čovjekovog „ja“... Ako se poslužimo još jednom analogijom sa seksualnim životom i seksualnim nagonom, moraćemo u tom kontekstu zamisliti da će neki muškarac sa snažnim, pohotnim i heteroseksualnim inklinacijama izbjegavati krasne i čak gole žene koje mu se nude i kojima je on neprestano okružen. Zašto? Zato da bi kod tih žena maksimizirao šanse drugih muškaraca, čije je samo postojanje za njega obično rekla-kazala. Eto, tako, po Galbraitu, izgledaju temelji doktrine o maksimiziranju profita u uslovima potpunog odvajanja moći od dobiti.

Osnovni motiv suvremenih korporacija po Galbraitu je ostvarivanje što veće stope rasta, koja se meri ostvarenim prometom kompanije. Rast prometa, odnosno ekspanzija proizvodnje kao glavni motiv se po Galbraitu poklapa sa interesima kako onih koji upravljaju preduzećem, tako i onih koji su njegovi vlasnici (akcionari), jer veća proizvodnja i promet znači zadovoljenje ličnih interesa menadžera u većoj mjeri i ostvarenje većeg profita, pa stoga i zadovoljenje interesa onih kojima profit pripada, a to su akcionari, na višem nivou. Dok su neki ekonomski autoriteti u SAD, poput Stiglera i Friedmana ostali na tezi o maksimizaciji profita kao pobudi preduzeća, bilo je i onih koji ukazuju da teza o maksimiziranju rasta preduzeća i teza o maksimiziranju profita nisu u koliziji, već da se, naprotiv, dopunjavaju.

U brojčanom smislu, preduzeća kojima upravljaju profesionalne garniture menadžera i u kojima je prisutna podvojenost menadžmenta i vlasništva ima malo. No, ona daju pečat razvoju ne samo nacionalnih i regionalnih ekonomija, nego i čitave svjetske privrede. Ona su ekonomski snažna, raspolažu velikim kapitalom, zapošljavaju ogroman broj ljudi, ostvaruju veliku proizvodnju i promet i sl. Kod ovakvih preduzeća odgovornost menadžmenta je velika. Oni su odgovorni ne samo prema vlasnicima preduzeća, već i prema radnicima, poslovnim partnerima (dobavljačima, kupcima, finansijskim institucijama), medijima, vladinim agencijama, sindikatima, prirodnom okruženju i sl. Njihov cilj je da zadovolje interese svih ovih pojedinaca i grupa, jer na tome počiva i stepen zadovoljenja njihovih ličnih interesa i interesa preduzeća. Iako suvremena preduzeća posluju sa čitavim setom svojih ciljeva, smatramo da i kod onih preduzeća kod kojih je prisutno odvajanje imovine, odnosno vlasništva nad preduzećem u odnosu na upravljanje tom imovinom, maksimiziranje profita predstavlja dominantan motivirajući faktor njihovog osnivanja i funkcioniranja.

ISLAMSKA KRITIKA KONCEPTA MAKSIMIZIRANJA PROFITA

Na osnovu izučavanja nekih ajeta Kur'ana a.š. i Sunneta Muhammeda, a.s. možemo zaključiti da ekonomsko ponašanje islamskih potrošača i islamskih firmi mora biti drugačije od ponašanja tih entiteta koji djeluju u neislamskom ambijentu, pogotovu u odnosu na ekonomsko ponašanje konvencionalnih preduzeća na euro-američkom kontinentu. Islam strogo zabranjuje proizvodnju i potrošnju nekih proizvoda i pružanje i korišćenje određenih usluga: svinjskog mesa (Kur'an 2:173, 5:3; 5:60, 6:145; 16:115), alkoholnih pića, kockanje, plaćanje i primanje kamate na zajmove (Kur'an 2:275; 2:276; 2:278; 3:130; 30:39). Zabrane koje su propisane islamskim normama imaju snažan utjecaj na ponašanje potrošača i proizvođača, s obzirom da ograničavaju slobodu njihovog izbora. Sloboda i suverenitet islamskih potrošača, pri odlučivanju o proizvodima koje će kupovati, nisu ograničeni djelovanjem samo ekonomskih faktora (visinom njihovih dohodaka i cijenama dobara koja su predmet kupovine), nego i utjecajem određenih islamskih principa kojima se definira zabrana potrošnje određenih proizvoda i usluga. S druge strane, islamske zabrane koje se odnose na proizvodnje nekih proizvoda i pružanje određenih usluga, zajedno sa Kur'anskom obavezom islamske firme da čini dobra djela, ograničavaju ponašanje firme. Znači, islamska firma se pored ograničenja tehnološkog, troškovnog i tržišnog karaktera (koja su svojstvena svim preduzećima) susreće i sa ograničenjima koja su definirana islamskim normama i principima.

Islam je jednu od tri dominirajuće religije u svijetu, pored kršćanstva i judaizma. Kao praktična filozofija življenja, islam počiva na pet stubova:

1. izjava da nema drugog boga osim Allaha dž.š., a da je Muhammed a.s. njegov poslanik,
2. da se svakog dana pripadnici Islama pet puta mole u pravcu Velike džamije u Meki,
3. obaveza davanja zekata,
4. post tokom mjeseca Ramazana i
5. odlazak na hadž (hodočašće) u Meki.

Neki današnji ekonomisti stoje na stanovištu da je islamska ekonomija u svom izvornom smislu podvrgnuta interesima siromašnih slojeva stanovništva zbog zekata, zabrane kamate, kurban-bajrama (ritualno klanje ovaca u znak sjećanja na spremnost Ibrahima a.s. da Bogu žrtvuje jedinca sina), ali i zbog toga što islamski vjernici imaju obavezu činjenja dobrih djela i davati milostinju. Ne ulazeći u rasprave koje idu u prilog ili koje opovrgavaju ove tvrdnje, činjenica je da islamska ekonomija predstavlja svojevrsni oblik religiozne humanizacije i socijalne harmonizacije tržišne privrede i njenih instrumenata. Kur'an kaže:

I one koji vjeruju i čine dobra djela i molitvu obavljaju i zekat daju čeka nagrada kod Gospodara njihova, i ničega se oni neće bojati, i ni za čim oni neće tugovati. (Kur'an: Al-Baqara, 2:277)

Zekat kao jedan od ekonomskih i socijalnih fundamenata Islama predstavlja, u modernom smislu, oblik dobrovoljnog oporezivanja pojedinih proizvoda i profita. Svi vlasnici imovine preko minimalne veličine plaćali bi raznim osobama i institucijama 2,5% od vrijednosti svoje imovine, a trgovci još 2,5% poreza na realiziranu robu. Kada je riječ o društvenom aspektu zekata i njegovim

dimenzijama, važno je spomenuti i zekat na naftu, koja se tretira kao zakopano blago. Zekat na zakopano blago iznosi 1/5 od izvađene količine, odnosno 20% od ostvarenog prihoda. Prihodi od zekata bi se uglavnom koristili za davanje pomoći siromasima (fukarama), beskućnicima, invalidima i ljudima u nevolji, za stimuliranje vjerskog učenja, za izgradnju bolnica, vjerskih objekata i druge namjene.

Brojni islamski autoriteti zastupaju tezu da je Poslanik Muhammed a.s. insistirao na većoj jednakosti u društvu i da je iz moralnih, socijalnih, političkih i drugih razloga insistirao na preraspodjeli dohotka u ime Allaha dž.š. Ta se jednakost, između ostalog, odnosila i na izjednačavanje žena sa muškarcima u naslednom pravu. Brojni islamski ekonomisti stoje na stanovištu da je njegova intervencija protiv negativnih efekata tržišta, posebno monopola i briga za nezbrinute i siromašne ljude, suština islama. Drugim riječima, ekonomski suštinu islama čini preraspodjela novčane imovine, korišćenjem mehanizama dobrovoljnih i prinudnih poreza, pošto se primarna raspodjela na tržištu odigrala. Islam se ne miješa u vođenje ekonomske politike, osim što određuje pravila u okviru kojih se tržišna utakmica može odvijati. On, u stvari, zahtijeva manje razlike u imovini, ne dozvoljava opasne rizike u trgovini, i milosrdnim kompenzacijama nadoknađuje vlasnicima kapitala dio izgubljene imovine u proizvodnji i trgovini.

CILJNA FUNKCIJA ISLAMSKOG PREDUZEĆA

Koristeći faktore proizvodnje (zemlja, rad i kapital), islamska, kao i svako druga firma u transformacionom procesu dobiva nove upotrebne kvalitete kojima zadovoljava potrebe potrošača. Ali, proizvodni inputi koje koristi islamsko preduzeće su dar od Allaha, dž.š. Firma koja posluje u skladu sa islamskim načelima i principima je u obavezi da ih upotrebljava na najefikasniji mogući način u cilju ispunjenja Božjeg plana postizanja blagostanja i prosperiteta i na ovom i na onom svijetu. Ekonomija čije se funkcioniranje u cijelosti bazira na islamskoj doktrini danas nema, a i među pojedinim islamskim zemljama postoji i velika razlika u praktičnoj primjeni islamskih načela. Iskustva nekih islamskih zemalja iz ranijih perioda se danas ne mogu direktno primjenjivati, jer su one bile mnogo manje kompleksne od suvremenih ekonomija islamskih zemalja.

Za razliku od neoklasičnog pristupa ciljnoj funkciji preduzeća, cilj islamske firme nije i ne može biti samo maksimiziranje profita. U čitavoj lepezi zahtjeva preduzeća, ostvarenje profita može biti samo jedan od ciljeva islamske firme, pod jednim uslovom ako će njegovo ostvarenje biti u funkciji postizanja jednog mnogo važnijeg cilja, a to je da učini dobro koje će zadovoljiti Allaha, dž.š.

Poslovanje islamskih firmi, kao što smo istakli, podrazumijeva zadovoljenje svojih interesa i interesa akcionara, ali i nesebičnu brigu za povećanje zadovoljstva drugih ljudi, putem činjenja dobrih djela. U tom kontekstu, ona se oslanja na altruizam, za razliku od neoklasičnog pristupa čiju jedinu ideološku osnovu čini hedonizam i egoizam. Napominjemo da altruizam kao vrijednosni sistem predstavlja fundament ne samo Islama, već i drugih religija: kršćanstva, judaizma, budizma i filozofije konfučijanizma. U zavisnosti od teorijskog pristupa altruizam se na različite načine

definira. Najveći broj autora stoji na stanovištu da svako dobrovoljno preuzeto ponašanje učinjeno sa ciljem da se poveća zadovoljstva drugih ljudi, a da se zato ne očekuje nikakva materijalnu ili duhovnu kompenzaciju za ono što je učinjeno, treba biti kvalificirano kao altruističko.

Islamska firma se umjesto maksimiziranja ukupnog profita zadovoljava ostvarenjem nekog njegovog „razumnog“ ili „zadovoljavajućeg“ nivoa, jer podanici Islama moraju vjerovati u riječi Kur'ana:

„Gospodaru moj, dozvoli Mi da ti budem zahvalan na blagodati koju si darovao meni i roditeljima mojim, i pomogni mi da činim dobra djela kojima ćeš zadovoljan biti, i učini dobrim potomke moje; ja se zaista kajem i odan sam Tebi.“ (Kur'an: Al-Ahqaf 46:15)

Misija preduzeća koje se osniva i funkcioniše u skladu sa islamskim načelima se dominantno sastoji u činjenju dobrih djela. Zahtjev da se čine dobra djela, a ne čini nikakvo zlo, je univerzalni princip na kojem počiva Kur'ansko učenje i iz njega izvedeno islamsko djelovanje. Upravo iz ovih razloga brojni učenjaci islamske orijentacije i vjerski autoriteti zagovaraju, koliko god je to moguće, vraćanje u okvire Kur'ana i Sunneta, kao dva fundamentalna izvora islamskog vjerovanja i razmišljanja. Obaveza činjenja dobrih djela (amal salihat) se u Kur'anu spominje 62 puta, u 36 od ukupno 114 njegovih poglavlja (sura). Trošenje na milostinju ili dobra djela predstavlja viši cilj islamskog preduzeća, njegovih vlasnika i suvlasnika, menadžera i radnika. Trošenje na milostinju ili dobra djela, kao jedan od primarnih ciljeva islamskog preduzeća, nema svog supstituta u neislamskim firmama.

Važno je napomenuti da upravo zbog islamske obaveze činjenja dobrih djela, tražnja za proizvodom islamske firme zavisi ne samo od faktora kojima je ona inače i determinirana (ukusi i preferencije potrošača, visina dohodaka, cijene povezanih proizvoda, veličina tržišta, buduća očekivanja potrošača i sl.) nego i od visine izdataka islamske firme za milostinju. Pri ostalim neizmijenjenim faktorima svako povećanje izdataka za milostinju pomjera krivu potražnje islamske firme udesno u odnosu na njenu inicijalnu poziciju, i obratno. Razlog ovome je što trošenje na milostinju u islamskom društvu stvara povoljnu klimu u pogledu proizvoda firme i povećava njegovu tražnju pri svim alternativnim nivoima cijena. Upravo iz ovih razloga kriva tražnje za proizvodom islamske firme je pomjerena udesno u odnosu na krivu tražnje firme koja ne uvažava islamska načela i principe. Davanje milostinje od strane onih koji imaju sredstva onima koji ih nemaju je osnovno u islamskoj doktrini. Kur'an kaže:

Bogatstvo i sinovi su ukras na ovome svijetu, a dobra djela, koja vječno ostaju, biće od Gospodara tvoga bolje nagrađena i ono u što se čovjek može pouzdati. (Kur'an; Al-Kahf 18-46)

Napominjemo još jednom, da trošenja na dobra djela, odnosno na milostinju može poprimiti vrlo različite oblike, od direktnih plaćanja siromašnima i beskućnicima, do zapošljavanja radne snage iznad nivoa pri kome islamska firma postiže maksimalni ukupan profit, davanja za izgradnju škola, bolnica i vjerskih objekata (džamija), promoviranje vjerskog učenja i sl. Činjenje dobrih djela je sadržano i u slijedećem ajetu Kur'ana, gdje se kaže:

I od onoga čime vas Mi opskrbljujemo, udjeljujte prije nego nekom od vas smrt dođe, pa da onda rekne: „Gospodaru moj, da me još malo kratko vrijeme zadržiš, pa da milostinju udjeljujem i da dobar budem!“ (Kur'an; Al-Munafiqun 63-10)

Prevelika izdvajanja za dobra djela i neefikasno poslovanje mogu ugroziti vitalne interese islamske firme i njenih vlasnika. Stoga preduzeće, kao poslovni i ekonomski sistem, mora voditi računa i o ostvarenju svojih ekonomskih interesa i interesa njenih vlasnika, odnosno akcionara. Interes islamske firme kao poslovnog entiteta se manifestira u održanju kontinuiteta njegove egzistencije i razvoju poslova, što se može realizirati samo ostvarenjem profita i njegovim investiranjem u poslovno-razvojne zahvate. S druge strane, islamska firma mora ostvarivati i određenu masu profita koji će biti raspodijeljen njenim vlasnicima, odnosno akcionarima.

RAVNOTEŽNA SOLUCIJA ISLAMSKOG PREDUZEĆA

Islamska, kao i svaka druga firma, želi maksimizirati svoju funkciju korisnosti. Korisnost islamske firme se izražava visinom neraspoređenog profita i nivoom izdataka za dobra djela, odnosno milostinju. Visina neraspoređenog profita, odnosno profita nakon plaćanja svih dobrovoljnih i prinudnih poreza (zekata i drugih obaveza iz profita) mora biti minimalno jednaka visini koja će zadovoljiti interese akcionara i biti garancija održavanja firme u poslovanju.

Funkcija korisnosti islamske firme se može prikazati kao funkcija dvije varijable [6, str. 247]:

$$y = Y(F, G) \quad (1)$$

gdje je:

y – ukupna korisnost islamske firme

F – nivo profita nakon oporezivanja

G – iznos izdataka za milostinju

Komponenta F , odnosno iznos profita nakon oporezivanja se kvantitativno utvrđuje kao razlika između ukupnog prihoda (UP) sa jedne strane i zbira ukupnih troškova (UT), iznosa izdataka za milostinju (G) i zekata i ostalih obaveza koje se plaćaju na profit (S) sa druge strane, odnosno:

$$F = UP - (UT + G + S)$$

Ako je stopa zekata i ostalih obaveza na profit egzogeno određena i ako je označimo sa α , gornji izraz se može preurediti u oblik:

$$F = (UP - UT - G) - \alpha(UP - UT - G)$$

odnosno:

$$F = (1 - \alpha)(UP - UT - G) \quad (2)$$

Ukupan prihod je jednak proizvodu cijene (p) i obima proizvodnje i prodaje (x), a ukupni troškovi zbiru njihove fiksne i varijabilne komponente i funkcija su obima proizvodnje, odnosno:

$$UP = px$$

$$UT = \phi(x)$$

Cijena outputa islamske firme zavisi, kao što smo ranije istakli, ne samo od obima proizvodnje i prodaje nego i od iznosa izdataka za milostinju, odnosno:

$$p = f(x, G)$$

pri čemu važe relacije:

$$\frac{\partial f(x, G)}{\partial x} < 0$$

$$\frac{\partial f(x, G)}{\partial G} > 0$$

Pri zadatoj poreskoj stopi (α), funkcija korisnosti islamske firme zavisi samo od x i G . Zato treba izračunati one vrijednosti za x i G pri kojima će njena funkcija korisnosti dostići svoju maksimalnu vrijednost. Uslov prvog reda za maksimum je da su prvi parcijalni izvodi funkcije korisnosti po x i G jednaki nuli. Prvi parcijalni izvod funkcije korisnosti po argumentu po F ćemo označiti sa U_1 , a prvi parcijalni izvod iste funkcije po G sa U_2 , odnosno:

$$\frac{\partial Y}{\partial F} = U_1$$

$$\frac{\partial Y}{\partial G} = U_2$$

Izjednačavanjem prvih parcijalnih izvoda funkcije korisnosti islamske firme po x i G sa nulom imamo:

$$\frac{\partial Y}{\partial x} = U_1(1 - \alpha) \left(\frac{\partial UP}{\partial x} - \frac{\partial UT}{\partial x} \right) = 0 \quad (3)$$

$$\frac{\partial Y}{\partial G} = U_1(1 - \alpha) \left(\frac{\partial UP}{\partial G} - 1 \right) + U_2 = 0 \quad (4)$$

Pošto su u relaciji (4) U_1 i α pozitivne veličine, da bi ona bila zadovoljena potrebno je da:

$$\frac{\partial UP}{\partial x} - \frac{\partial UT}{\partial x} = 0$$

odnosno

$$\frac{\partial UP}{\partial x} = \frac{\partial UT}{\partial x} \quad (5)$$

gdje lijeva strana označava marginalni prihod, a desna marginalne troškove. Znajući da su marginalni troškovi uvijek pozitivni, relacija (5) će biti zadovoljena samo pod uslovom ako je $\partial UP / \partial x > 0$, (pozitivna vrijednost marginalnog prihoda), odnosno samo ako se jednakost marginalnog prihoda i marginalnih troškova ostvaruje u segmentu krive tražnje gdje je ona elastična.

Iz jednačine (4) slijedi:

$$U_2 = -U_1(1 - \alpha) \left(\frac{\partial UP}{\partial G} - 1 \right)$$

Relacija pokazuje da će određeni nivo prihoda biti raspoređen na dobra djela, i da taj iznos zavisi od poreske stope, pa ako je α veće, U_2/U_1 je manje i obratno. Ako gornju relaciju riješimo po $\partial UP / \partial G$ dobijamo:

$$\frac{\partial UP}{\partial G} = 1 - \frac{U_2}{U_1} \left(\frac{1}{1 - \alpha} \right) \quad (6)$$

u kojoj U_2/U_1 označava marginalnu stopu supstitucije između izdataka za dobra djela i raspoređenih profita. Niska marginalna stopa supstitucije između izdataka za

dobra djela i profita ukazuje na to da će više biti potrošeno na dobra djela a manje izdvojeno za neraspoređene profite.

Osim uslova koji su dati relacijama (3) i (4), islamsko učenje jasno zahtijeva da se marginalna stopa supstitucije bilo koja dva cilja umanjuje i da marginalna korisnost ma kojeg pojedinog cilja bude također umanjena. Ovo je direktna posljedica islamskog insistiranja na umjerenosti i redoslijedu koji ona postavlja u pogledu nivoa postizanja bilo kojeg pojedinog cilja [6, str. 250]. Pretpostavka o opadajućoj marginalnoj stopi supstitucije između izdataka za dobra djela i neraspoređenih profita i opadajućoj marginalnoj korisnosti svake od komponenti korisnosti predstavlja zadovoljenje uslova drugog reda pri maksimiziranju funkcije korisnosti islamske firme date relacijom (1).

Izraz (5) pokazuje da upotreba marginalnog pravila pri utvrđivanju ravnotežne količine i cijene važi i za islamsku firmu. I ona će ravnotežu postići pri obimu proizvodnje i prodaje na kome se uspostavlja jednakost marginalnog prihoda i marginalnih troškova. Ali, to ne znači da će rezultirajući optimalni output islamske firme biti identičan optimalnom outputu konvencionalnog preduzeća (firme koja maksimizira ukupan profit). Kod islamske firme marginalni prihod, odnosno $\partial UP / \partial x$ zavisi i od G , a ne samo od x . Funkcija potražnje, odnosno prosječnog prihoda islamskog preduzeća je zbog utjecaja izdataka za milostinju pomjerena udesno u odnosu za istu kod neislamskog preduzeća. Iz istih razloga i funkcija njegovog marginalnog prihoda mora biti locirana desno od funkcije marginalnog prihoda konvencionalnog preduzeća. Pri svakom obimu proizvodnje i prodaje islamsko preduzeće mora imati veći marginalni prihod u odnosu na neislamsku firmu. Zbog toga ravnotežni obim proizvodnje kod islamske firme će biti različit od ravnotežnog nivoa neislamske firme. Islamska firma sa istovjetnom funkcijom ukupnih troškova kao i konvencionalno preduzeće će ravnotežni položaj imati pri višem obimu proizvodnje i pri većoj cijeni u odnosu na neislamsku.

Izraz (6) pokazuje da će u islamskoj ekonomiji iznos prihoda namijenjenih za dobra djela zavisiti od granične stope supstitucije izdataka za dobra djela i raspodijeljenih profita, kao i od stope izdataka za zekat i ostale obaveze iz profita. Što je veća stopa na neraspoređene profite (stopa izdvajanja za zekat i ostale obaveze iz profita prije njegove raspodjele), biće manji omjer prihoda namijenjenih za milostinju, i obratno.

ZAKLJUČAK

Analizom ekonomskog ponašanja islamske firme zaključujemo da će ovo preduzeće ravnotežu ostvariti pri obimu proizvodnje i prodaje pri kome se njegovi marginalni troškovi izjednačavaju sa marginalnim prihodom. Pošto marginalni prihod islamske firme zavisi ne samo od obima proizvodnje, nego i od iznosa izdataka za milostinju, to islamska firma sa istovjetnom funkcijom ukupnih troškova kao i neislamska ravnotežni obim proizvodnje ostvaruje pri većem nivou outputa i pri višoj cijeni. Marginalna stopa supstitucije izdataka za dobra djela i raspoređenih profita (količnik parcijalnih izvoda funkcije ukupne korisnosti islamske firme po argumentima G i F) i stopa izdvajanja iz profita za zekat i ostale obaveze iz profita direktno utiču na visinu izdataka za dobra djela. Pri konstantnoj marginalnoj stopi supstitucije,

povećanje stope izdvajanja iz profita ima za posljedicu smanjenje izdataka za milostinju i obratno, svako smanjenje ove stope povećava izdatke za milostinju.

Efikasna upotreba faktora proizvodnje od strane islamske firme nije motivirana samo ličnim interesima njenih vlasnika i menadžera, nego i vjerskom obavezom koja se ogleda u nužnosti postizanja društvenog blagostanja i prosperiteta.

Napominjemo da osim trošenja na dobra djela, odnosno za milostinju koja su propisana Kur'anom i koja mogu poprimiti vrlo različite oblike, islamsko preduzeće kao poslovni i ekonomski sistem mora voditi računa i svojim interesima i interesima vlasnika. Interes firme kao poslovnog entiteta se manifestira u održanju njene egzistencije i razvoju, što se može realizirati samo ostvarenjem profita i njegovim investiranjem u poslovno-razvojne zahvate. S druge strane, islamska firma mora ostvariti i određenu masu profita koji će biti raspodijeljen njenim vlasnicima i na taj način zadovoljiti njihove interese.

BIBLIOGRAFIJA

1. Galbraith, J. K. (1970) *Nova industrijska država*. Zagreb.
2. Kur'an sa prijevodom Besima Korkuta
3. Meta, M. (2012) *Mikroekonomska analiza*. Novi Pazar: Univerzitet u Novom Pazaru.
4. Meta, M., Bajramović, D. (2013) Ponašanje konkurentnog preduzeća sa specijalnom troškovnom funkcijom, *Ekonomski izazovi*, 2 (3), str. 61-77.
5. Nikolić, M., Malenović, N., Pokrajčić, D. i Paunović, B. (2003) *Ekonomika preduzeća*. Beograd: Ekonomski fakultet.
6. Pindyck, S. Robert, Rubinfeld, L. D. (2005) *Mikroekonomija*. Zagreb: Mate.
7. Tahir, S., Ghazali, A. & Omar, S. - redaktori (1996) *Pregled mikroekonomije (islamska perspektiva)*. Sarajevo: Rijaset Islamske zajednice BiH i El-Kalem.
8. Samuelson, A. P., Nordhaus D.V. (2000) *Ekonomija*, 15. izdanje. Zagreb: Mate.
9. Varijan, R. H. (2003) *Mikroekonomija (moderan pristup)*. Beograd: Ekonomski fakultet.

RESUME

The aim of this study is that, if not in its entirety, then at least in certain fragments indicate the economic implications of firm behaviour based on Islamic principles and favouring altruistic goals of the economic position of decision-making in them. Analysing the economic behaviour of an Islamic company, we can conclude that this company will achieve a balance in the volume of production and sales at which its marginal cost equals marginal revenue. Since marginal revenue of an Islamic company does not only depend on the volume of production, but also on the amount of expenditures for charity, an Islamic firm with identical cost function as a non-Islamic firm achieves its equilibrium volume of production achieves at a higher level of output at a higher price. The marginal rate of substitution of expenditure for good deeds and distributed profits (ratio of the partial derivative of the function of total utility company by Islamic arguments G and F) and the contribution rate of profit for *zakat* and other obligations of the profits directly affect the amount of expenditures for good deeds. At a constant marginal rate of substitution, increasing the

contribution rate of profit has resulted in a reduction of expenditures for charity, and vice versa, any reduction in this rate increases expenditures for charity.

Efficient use of production factors by the Islamic company is not motivated by personal interests of its owners and managers, but also a religious obligation that is reflected in the necessity of achieving social well-being and prosperity.