

OSNOVE POSLOVNE EKONOMIJE

Ponavljjanje za Međuispit 1

- Termini pisanja M1 bit će vidljivi u Infoeduci
- Pravilo: 2 minute po bodu (pr. Ishod 2 nosi 17 bodova, pišete ga 34 minute)
- Pitanja su za 2 i 3 boda. Ukupno pišete 1 sat i 24 minute.
- Očekujem jasne, sažete i točne teoretske odgovore, te primjere koji ih objašnjavaju.
- Čitajte pažljivo pitanja i što se u njima traži – „slon i miš alegorija”

Ishodi učenja

Minimalni ishodi učenja

- 11 Predstaviti osnovne elemente ekonomskog sustava.
- 12 Obrazložiti tržište, ponudu, potražnju i koncept elastičnosti ponude i potražnje.
- 13 Analizirati faktore koji utječu na potrošačko ponašanje i proizvođačko odlučivanje.
- 14 Obrazložiti značajke proizvodnih inputa.
- 15 Obrazložiti međusobno djelovanje makroekonomskih ciljeva, instrumenata i pokazatelje.
- 16 Obrazložiti utjecaj različitih faktora na ekonomski rast i razvoj.

Željeni ishodi učenja

- 11 Analizirati međusobno djelovanje osnovnih elemenata ekonomskog sustava.
- 12 Ocijeniti učinak različitih faktora na tržišne odluke, ponudu, potražnju i elastičnost ponude i potražnje.
- 13 Tumačiti kako različiti faktori utječu na potrošačko ponašanje i proizvođačko odlučivanje.
- 14 Usporediti značajke proizvodnih inputa.
- 15 Analizirati utjecaj elemenata ekonomske aktivnosti na konačne ekonomske rezultate.
- 16 Analizirati različite strategije ekonomskog rasta i razvoja.

Kako je to raspoređeno po ishodima učenja?

SKUP	Ishod br.	Međuispit 1	Međuispit 2	Domaće		Popravni ispit	MAX bod
				Zadaće/ Blic testovi	Prisutnost / Sudjelovanje u nastavi		
S1	I1	8		2			10
	I2	17		3			20
	I3	17		3			20
S2	I4		14	2			16
	I5		19	3			22
	I6		12				12
	Van Ishoda				0		0
	UKUPNO	42	45	13	0	0	100

Ishod 1

Definicija ekonomije i obilježja definicije

- **Ekonomija je izučavanje (znanost koja izučava) kako društva koriste oskudne resurse da bi proizvela vrijedna dobra i raspodijelila ih različitim ljudima te tako zadovoljila njihove potrebe i želje.
(definicija)**

Ključni elementi definicije

- Oskudni resursi
- Potrebe neograničene
- Razmjena za druga dobra

Zakon oskudnosti

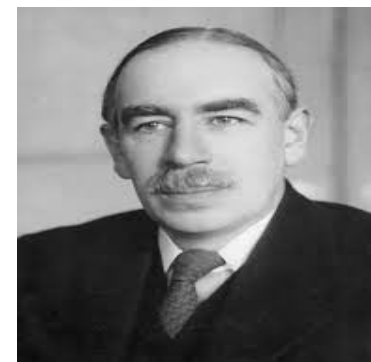
- **Zakon oskudnosti kaže da kada dobra ne bi bila oskudna tada bi se sve želje i potrebe čovjeka mogle zadovoljiti i resursi se ne bi trebali racionirati budući da bi se moglo proizvoditi doslovno sve - tada ne bi postojali osnovni problemi u ekonomiji sadržani u pitanjima što, kako i za koga proizvoditi.**

MIKROEKONOMIKA



- Grana ekonomike koja proučava ponašanje i funkcioniranje mikroekonomskih subjekata – pojedinaca, kućanstava, poduzeća i privrednih grana.
- Osnivač mikroekonomike je Adam Smith (1723 – 1790) koji je 1776. objavio “Bogatstvo naroda”, svojevrsnu ekonomsku Bibliju u kojoj je objasnio funkcioniranje tržišne ekonomije.
- Smatramo ga ocem moderne zapadne ekonomije
- Temeljna pitanja: Rijetkost resursa i dobara, ljudske potrebe, vrijednost dobara, cijene faktora proizvodnje, ponašanje poduzeća, ponašanje potrošača, tržište, troškovi, prihod, profit, kamata, plaće, ponuda i potražnja...

MAKROEKONOMIKA



- Makroekonomika je grana ekonomike koja proučava ponašanje i funkcioniranje privrede kao cjeline.
- Osnivač makroekonomike je John Maynard Keynes (1883 – 1946) koji je 1936. objavio djelo “Opća teorija zaposlenosti, kamate i novca” gdje su dani temelji makroekonomike.
- Za razliku od mikroekonomike koja se zasniva na djelovanju tržišta makroekonomika se zasniva na državnoj regulativi privrede.
- Temeljna pitanja: Izbor i funkcioniranje ekonomskog sustava, ukupna proizvodnja i zaposlenost, nacionalni dohodak, opća ekonomska ravnoteža, opća razina cijena, inflacija...

POVEZANOST MIKRO I MAKROEKONOMIJE

- Mikroekonomika i makroekonomika nisu međusobno razdvojene ekonomske discipline. One se međusobno nadopunjavaju jer se djelovanje mikroekonomskih subjekata događa u makroekonomskom okruženju.
- Osim toga, neto-profiti nekih globalnih kompanija su istovrsni bruto domaćem proizvodu pojedinih zemalja (a i veći!)
- <https://www.businessinsider.com/25-giant-companies-that-earn-more-than-entire-countries-2018-7#johnson-and-johnson-generated-greater-revenues-in-2017-than-ethiopias-gdp-14>

Ekonomija kao znanstvena disciplina

- Do 18. stoljeća podučavala se kao dio filozofije. Bila je dio sveobuhvatnih predmeta koji su proučavali pravo, moral i ekonomiju.
- Nagli razvoj gospodarstva, kolonijalizam i začeci prve industrijske revolucije kreiraju je kao zasebnu disciplinu
- Za početak izučavanja ekonomije kao znanosti uzima se 1776 – kada je Adam Smith napisao „Bogatstvo naroda”

Teorijska ekonomija dijeli se na:

Pozitivna ekonomija

- Pozitivna ekonomija istražuje funkcionalne i kauzalne odnose između ekonomskih varijabli bez vrijednosnih sudova o njima
- Proučava ekonomske pojave onakvima kakve one jesu
- Često se označava i pojmom “ekonomska analiza”
- Primjer: “Nezaposlenost u Hrvatskoj je 2003. iznosila preko 17 % radne snage”; „Turizam je u hrvatskoj glavna gospodarska grana”

Normativna ekonomija

- Normativna ekonomija sadrži:
 - Prosudbe o ekonomskoj stvarnosti ocjenjujući ih s određenih etičkih pozicija
 - Viziju ekonomske stvarnosti
 - Naputke (pravila ili norme)
- Govori kakve bi ekonomske pojave trebale biti
 - Primjer: “Visoka nezaposlenost u Hrvatskoj je ekonomski i politički neprihvatljiva pa politika zapošljavanja mora biti jedan od prioriteta ekonomske politike.”; „Hrvatska se ne bi trebala toliko oslanjati na turizam, nego je potrebno razvijati proizvodnju.”

Veza učinkovitosti i oskudnih resursa

- Kad sa što manje resursa proizvodimo što više dobara i usluga onda poslujemo učinkovito.
- kroz učinkovitost povećavamo uspješnost proizvodnje, zarade i sl.
- Biti učinkovit znači da smo sa jako malo resursa ostvarili jako veliki rezultat.
- Učinkoviti u učenju u malo vremena mogu savladati velike količine gradiva.
- Učinkovito ulaganje –malo uloženog novca i veliki povrat.
- Učinkovitost je vezana za odnos što smo uložili i što smo postigli
- Da bismo ostvarili učinkovitost moramo razmišljati o tri ekonomska pitanja – što, kako i za koga proizvoditi

3 osnovna pitanja ekonomske organizacije

- Što proizvoditi – društvo određuje što proizvoditi (koja dobra i usluge) s obzirom na oskudna sredstva koja ima (drvo ili namještaj?; lohn šivanje ili dizajnirana odjeća?, IT industrija ili turizam?) i s obzirom na potrebe potrošača u društvu
- Kako će se proizvoditi – tko će proizvoditi, uz kakvu tehnologiju, koje proizvodne tehnike će se koristiti (sofisticirani softveri ili jeftina radna snaga?). Hoćemo li pr. proizvoditi el. energiju iz fosilnih goriva ili sunčeve svjetlosti?
- Za koga će se proizvoditi – kako će se ukupna proizvodnja zemlje dijeliti - da li će bogati imati većinu a siromašni manjinu? Proizvođači žele ostvariti dobit i proizvodit će za one koji imaju novac. No, da li ćemo onda proizvoditi samo za one koje imaju novac? Što je sa siromašnima – kako će se društvo pobrinuti za njih (dati im socijalnu pomoć, univerzalni dohodak ili će morati raditi ako žele jesti?)

Različiti ekonomski sustavi

- Društvo na različite načine odgovara na pitanja što, kako i za koga
 - Razlikujemo tri temeljna načina organiziranja nekog gospodarstva
1. Tržišno gospodarstvo – ono u kojem pojedinci i privatna poduzeća donose glavne odluke o proizvodnji i potrošnji. (Južna Koreja)
 - *Poduzeća proizvode dobra koja donose najveće dobitke (što) pomoću najjeftinijih tehnika proizvodnje (kako). Potrošnja je određena odlukama pojedinaca o tome kako potrošiti plaće i profite (za koga).*
 - Ekstremno tržišno gospodarstvo – „laissez-faire ili pustite ih da rade” (država se uopće ne miješa u ekonomske odluke)
 2. Naredbodavno gospodarstvo – država donosi sve važne odluke o proizvodnji i potrošnji, ona je vlasnik nad resursima, usmjerava poslovanje poduzeća i poslodavac je većine radnika (bivši SSSR, Jugoslavija, danas Kuba)

MJEŠOVITA GOSPODARSTVA

- Velika većina suvremenih društava su mješovita gospodarstva s elementima tržišnog i naredbodavnog gospodarstva
- Danas se pr. i u SAD-u većina gospodarskih odluka donosi na tržištu, no država je bitna za donošenje zakona koji uređuju ekonomski život, država pruža usluge obrazovanja, kontrolira zagađenje i sl.
- Država “iskupljuje” grijehe privatnog sektora kroz novac poreznih obveznika – 2008 bankarska kriza u SAD-u (bailout fund), spašavanje američke auto-industrije novcem poreznih obveznika SAD-a

Granica proizvodnih mogućnosti

- Ekonomski model koji opisuje što i u kojim količinama neko društvo može proizvesti
- Temelji se na nekoliko pretpostavki:
 - Zemlje, države nemaju neograničene količine dobara
 - Svi resursi su ograničeni
 - Ograničavajuća je i tehnologija
 - Potrebno je odabrati između ograničenih mogućnosti

Granica proizvodnih mogućnosti

Maksimalna kombinacija dobara koje privreda nekog društva može proizvesti s postojećim proizvodnim kapacitetima.

Pokazuje različite kombinacije proizvoda koje se mogu proizvesti u gospodarstvu koristeći se dostupnim faktorima proizvodnje i dostupnom tehnologijom proizvodnje.

Faktori proizvodnje

- **Utrošak ili input**
- **Inputi** su robe ili usluge koje se koriste za proizvodnju drugih drugih roba i usluga (nazivamo ih još i faktorima proizvodnje)
- Optimalnim kombiniranjem inputa dolazi se do **željenog outputa ili proizvoda** – razne korisne robe i usluge koje se koriste za finalnu potrošnju ili daljnju proizvodnju
- **Faktori proizvodnje su:**
 - Zemlja** – svi prirodni resursi koji se zajednički nazivaju faktorom Zemlja (pr. šume, pitka voda, obradiva i neobradiva zemlja, riblji fond i sl.)
 - Radna snaga**
 - Sveukupnost psihičkih i fizičkih znanja, vještina i sposobnosti koje neka osoba ima i koje može koristiti u procesu proizvodnje
 - Kapital**
 - Trajna dobra proizvedena s namjerom da proizvode i povećavaju druga dobra

Grafički prikaz GPM-a i pojam oportunitetnog troška

Ako se želi proizvoditi više jednog dobra, nužno se mora proizvoditi manje drugoga (ako se nalazimo na granici proizvodnih mogućnosti – svi resursi su max iskorišteni)

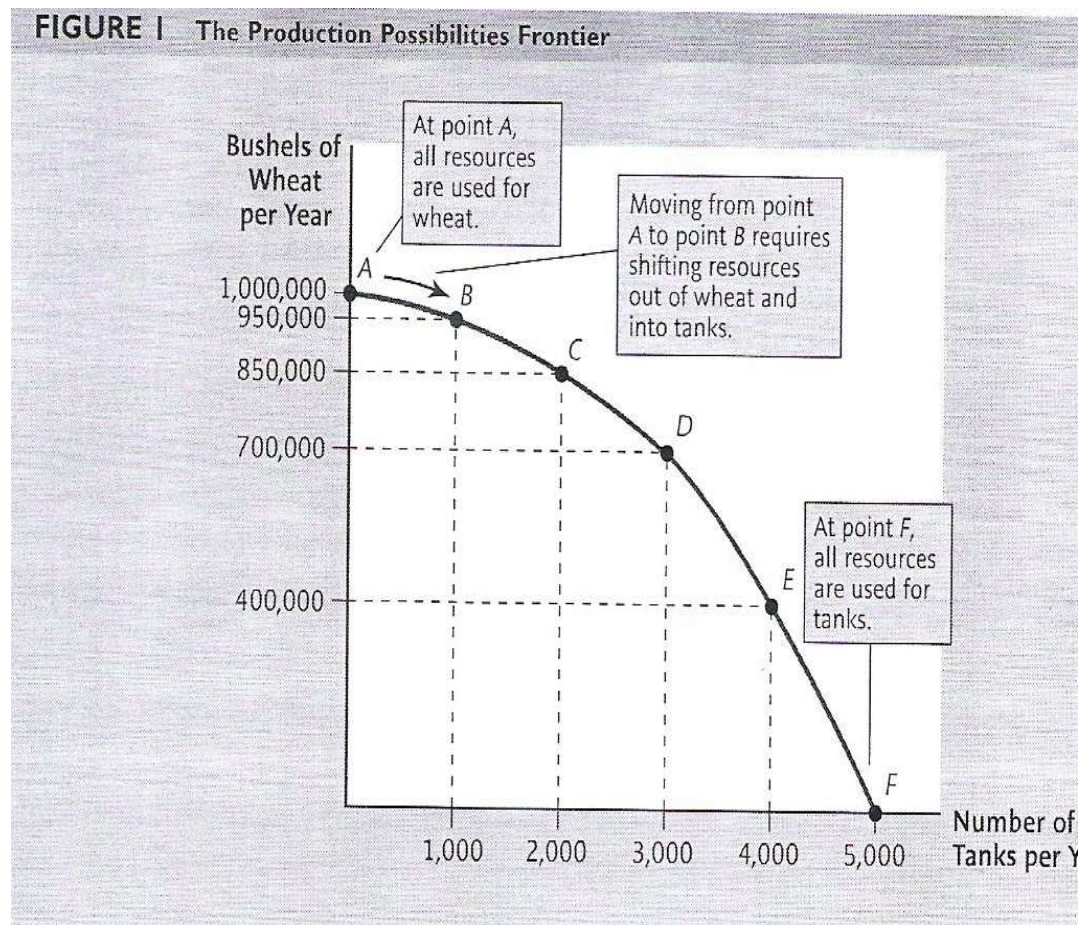
To se u ekonomiji naziva **oportunitetnim troškom**

Oport.troš. je jednak iznosu dobra kojeg se treba odreći da bi se dobilo više drugoga dobra

Primjerice ako se nalazimo u točki B gdje proizvodimo 1000 tenkova i 950.000 bušela pšenice, za prelazak u točku C – proizvodnja dodatnih 1.000 tenkova (za ukupno 2.000) zahtijeva da smanjimo proizvodnju pšenice na 850.000 bušela tj. manja je za 100.000 bušela

Oportunitetni trošak proizvodnje dodatnih 1000 tenkova je 100.000 bušela pšenice koje se moramo odreći.

Što više proizvodimo tenkova, to se više proizvodnje pšenice moramo odreći – zakon rastućih oportunitetnih troškova.



Zašto oportunitetni troškovi rastu kako se krećemo po krivulji GPM?

- Zato što su mnogi resursi po svojoj prirodi namijenjeni jednoj svrsi bolje nego drugoj.
- U privredi koja je u točki A, proizvodimo samo pšenicu u koju ulažemo sve svoje resurse, a neki od njih bi možda bili bolje uloženi u proizvodnju tenkova (pr. neki zaposlenici bi bili produktivniji u tvornici nego na polju, no ipak oni bi zbog toga što proizvodimo samo pšenicu bili prisiljeni raditi na polju. Svu zemlju koju privreda posjeduje trošimo na proizvodnju pšenice, čak i onu koja nije najbolja za poljoprivrednu proizvodnju, i koja bi možda bila bolje iskorištena da smo na njoj sagradili tvornicu tenkova).
- Kada se pomičemo iz točke A u točku B- ulažemo u pravilu samo najbolje i najprikladnije resurse u proizvodnju tenkova. Zato nam u početku proizvodnja pšenice ne pada u tolikoj mjeri.
- Kako se pomičemo dalje na krivulji i povećavamo proizvodnju tenkova, tako sve više vitalnih resursa za proizvodnju pšenice dajemo u proizvodnju tenkova (više plodne zemlje, više poljoprivrednika prelazi u tvornice i sl.) i zato proizvodnja pšenice počinje sve više i više opadati.
- Kažemo da oportunitetni trošak proizvodnje dodatnog tenka raste jer moramo se odreći sve veće količine proizvodnje pšenice.

Efikasna i neefikasna privreda

Efikasna

- Privreda posluje na granici svojih mogućnosti
- Efikasno se koriste ograničeni resursi – dobiva se sve što je moguće dobiti od resursa koji su u posjedu
- To znači:
 - Povećanje proizvodnje jednog proizvoda moguće je ostvariti samo na račun smanjenja proizvodnje nekog drugog proizvoda
- Točke NA krivulji granice proizvodnih mogućnosti

Neefikasna

- Proizvodi se manje nego što bi se moglo korištenjem dostupnih resursa
- Moguće je povećati proizvodnju jednog proizvoda, a da to ne izazove smanjenje proizvodnje nekog drugog proizvoda
- Događa se zbog neučinkovitosti u nekoj od faza proizvodnog procesa

Pomak GPM

- **Tehnološki napredak** može promijeniti granicu proizvodnih mogućnosti
- Može ju povećati, pomaknuti od ishodišta grafikona
- Povećavaju se proizvodne mogućnosti, može se proizvoditi više
- Pomak se ostvaruje i kada se poveća **količina resursa**
- Kada se promijeni tehnologija ili količina resursa, krivulja GPM mijenja svoj položaj i gospodarstvo može proizvoditi više proizvoda uz punu zaposlenost raspoloživih resursa

Ishod 2

Tržište

- Mjesto sučeljavanja ponude i potražnje i formiranja cijena
- Mehanizam preko kojeg kupci i prodavači određuju cijenu i količinu nekog dobra
- **Mehanizam putem kojega se susreću kupci i prodavatelji kako bi odredili cijene i razmijenili robe i usluge.**
- **Tržište može biti organizirano fizički pr. tržnica, ili Internetski pr. eBay**

Ključni elementi na tržištu: cijena i količina!

- **Cijena =**

- vrijednost dobra izražena u novcu, predstavlja uvjete pod kojima ljudi i poduzeća dobrovoljno razmjenjuju različite robe,
 - cijene su signali proizvođaču/potrošaču; ako potrošači traže više određenih dobara/usluga, cijena će rasti šaljući signal proizvođačima da je potrebno više ponude (povećava se proizvodnja postojećih proizvođača, ali isto tako i broj novih koji dolaze na to tržište)
- **Količina nekog dobra ili usluge** – količine ovise o cijenama – što su cijene manje to je i količina ponuđenog dobra manja, što su cijene veće, to proizvođači imaju veći poticaj da ponude više dobara

Nastanak i razvoj tržišta

- Tržišta su nastala iz posljedice potrebe za **trgovinom i razmjenom** proizvoda između **specijaliziranih proizvođača i potrošača**
- Bez tržišta pojedinci i države bi bili ograničeni u svojoj potrošnji na ono što mogu sami proizvesti
- Tržište omogućuje **specijalizaciju** u proizvodnji jednog ili nekoliko proizvoda, ali da troše širok asortiman dobara i usluga koje dobivaju **razmjenom**
- Specijalizacija omogućava **proizvodnju većeg outputa iz raspoloživih resursa** (inputa) tj veću produktivnost

Specijalizacija inputa

- Rad – specijalizacija se ostvaruje kad se ljudi usredotoče na posebne poslove, one u kojima su najbolji, te na taj način najbolje iskorištavaju svoje specifične vještine (pr. web-site development – front end, back end, full-stack developeri)
- Činjenica ekonomskog života – izvrši **podjelu rada** tako da specijalizirani stručnjaci odrađuju pojedine korake rada nego da svatko radi sve osrednje. Ona omogućuje pr. visokim ljudima da postanu košarkaši, ljudima koji imaju dobru moć uvjeravanja da postanu stručnjaci u prodaji i sl.
- Ponekad je potrebno mnogo godina kako bi se stekla znanja potrebna za određenu karijeru (15 godina poslijediplomskog studija da ste neurokirurg/inja s diplomom)
- Kad je specijalizacije premalo a kada previše? Fah-idiot ili multipraktik?

Specijalizacija inputa

- Zemlja kao faktor je isto tako specijalizirana – neka zemlja je bolja za uzgoj vinove loze, a neka je bolja za eksploataciju nafte
- Kapital je isto tako specijaliziran – traktor ćete koristiti za obradu zemlje, specijaliziranog robota za izradu čipova

Kako je specijalizacija pridonijela razvoju tržišta?

- Specijalizacija je pridonijela razvoju tržišta zato što su se ljudi i cijele države specijalizirali za proizvodnju onoga u čemu su najbolji.
- Niti jedna zemlja ne proizvodi sve proizvode na svijetu, nego ono u kojima će ostvariti najznačajnije probitke od trgovine – tj. specijaliziramo se u proizvodnji onoga u čemu smo najučinkovitiji, to trošimo u državi i izvozimo, a ono u čemu nismo toliko učinkoviti u proizvodnji uvozimo od drugih zemalja

Prednosti i nedostaci slobodnog tržišta

Za

- Omogućava formalno-pravnu slobodu i jednakost građana kao poduzetnika i potrošača
- Potiče inicijativu, produktivnost i poduzetništvo
- U danim okolnostima je efikasan mehanizam alokacije i korištenja rijetkih resursa i dobara – kod savršene konkurencije i bez tržišnih neuspjeha



Protiv

- Pojava monopola koji smanjuju proizvodnju i povećavaju cijenu
- Pojava masovne nezaposlenosti
- Zagađivanje okoliša i drugi negativni eksterni efekti
- Nejednakost u raspodjeli dohotka i potrošnje
- Cikličko kretanje privrede (recesija – ekspanzija)
- Nedostatak brige za razvoj javnih dobara



Kako država ispravlja nepravilnosti tržišta?

Neefikasnost (monopol, eksternalije i neimanje javnih dobra)

- Antitrustovski i antimonopolistički zakoni
- Zakoni protiv onečišćenja, uredbe protiv pušenja
- Obrana od poplave, izgradnja nasipa, ugradnja pročišćivača

Nejednakost (neravnomjerna raspodjela dohotka i bogatstva)

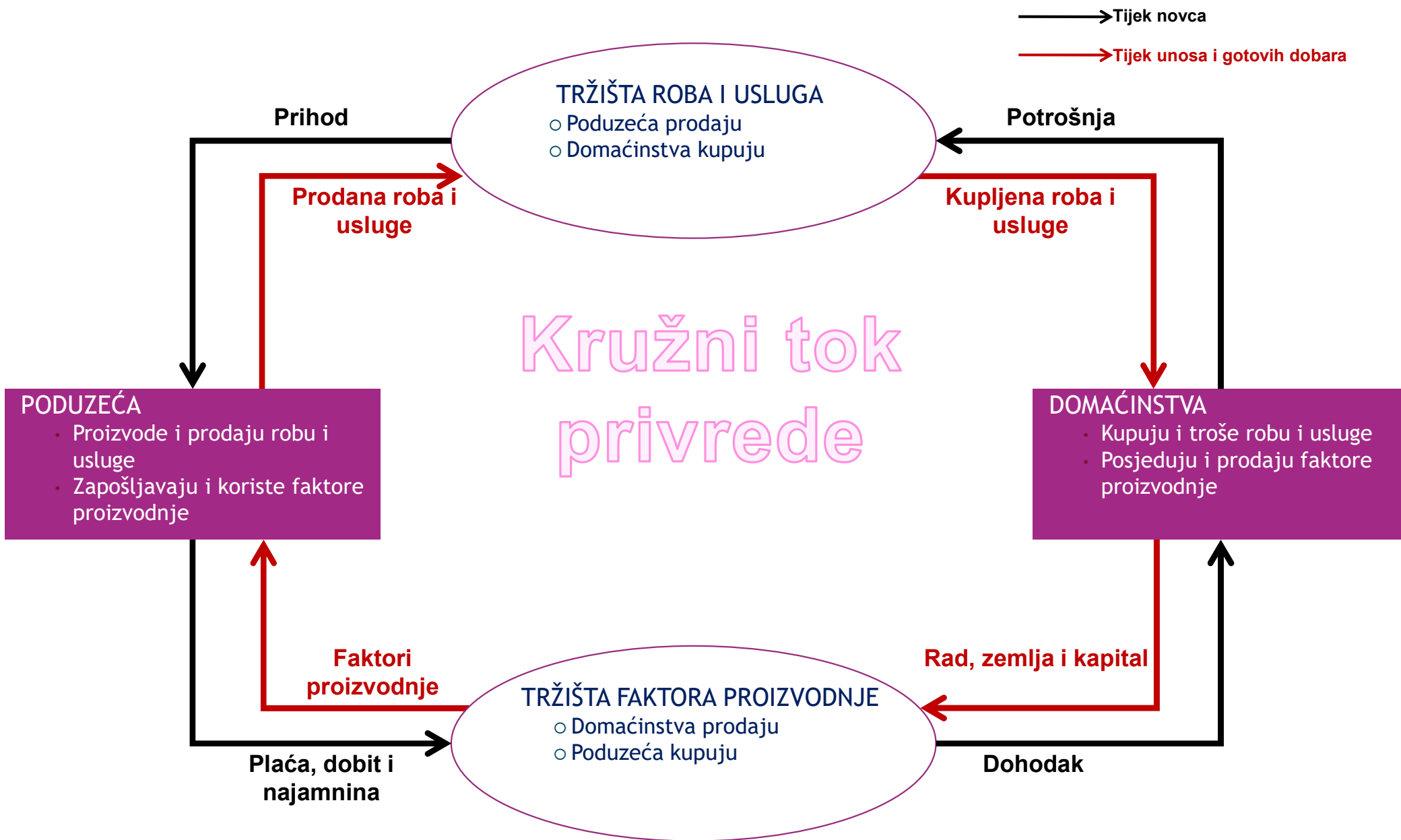
- Progresivno oporezivanje dohotka i imovine
- Potpore za niže dohodovne razrede

Makroekonomski problemi

- Makroekonomski problemi (poslovni ciklusi, nezaposlenost, inflacija, ekonomski rast/pad)
- Monetarna politika: kontrola tečaja, ponuda novca, kamate...
- Fiskalna politika: oporezivanje, subvencije, državna potrošnja...
- Izgradnja infrastrukture: škole, bolnice, ceste

Kružni tok privrede

- Gospodarstvo se sastoji do milijuna sudionika
- Svaki sudionik bavi se ekonomskim aktivnostima – proizvodi, prodaje, kupuje, zapošljava, itd.
- Kružni tok privrede pojednostavljuje razmišljanje o svim aktivnostima svih sudionika kružnog toka
- Prikazuje kako je gospodarstvo organizirano i kako sudionici gospodarstva međusobno djeluju



Kružni tok privrede (1)

- Gospodarstvo je pojednostavnjeno, pa sadrži **dva tipa donosioca odluka**:
 - **Domaćinstva (kućanstva)**
 - **Poduzeća**
- Oni su nositelji ponude i potražnje

Karakteristike dva tipa donosioca odluka:

- **Poduzeća**
 - Proizvode dobra i usluge
 - Koriste tj. kupuju faktore proizvodnje: zemlja, rad, kapital da bi proizveli proizvode/usluge
- **Kućanstva**
 - Vlasnici faktora proizvodnje: zemlje, rada i kapitala; prodaju te faktore poduzećima
 - Potrošači su dobara i usluga koja poduzeća proizvode

Kružni tok privrede (2)

- Domaćinstva i poduzeća međusobno djeluju kao **dva tipa tržišta**
 - **Tržište roba i usluga**
 - Domaćinstva – kupci roba i usluga
 - Poduzeća – prodavači roba i usluga
 - **Tržište faktora proizvodnje**
 - Domaćinstva – prodavači faktora proizvodnje
 - Poduzeća – kupci faktora proizvodnje

Kružni tok privrede (3)

- Unutarnji krug kružnog toka
- Protok inputa i proizvedenih/ponuđenih dobara (outputa)
- Domaćinstva prodaju pravo na korištenje rada, zemlje i kapitala poduzećima na tržištu faktora proizvodnje
- Poduzeća koriste te faktore kako bi proizvela robe i ponudila usluge koje se prodaju domaćinstvima na tržištu roba i usluga
- Faktori proizvodnje teku od domaćinstva k poduzećima, a dohodak od plaća, najamnina i dobit teče od poduzeća k domaćinstvima - dakle za prodaju faktora proizvodnje domaćinstva dobivaju dohotke
- S tim dohocima mogu kupiti dobra koja proizvođači proizvode i nude im na tržištu

Kružni tok privrede (4)

- Vanjski krug kružnog toka
- Paralelni protok novca
- Domaćinstva troše novac kako bi kupila robe i usluge od poduzeća – dobivaju ga od prodaje faktora proizvodnje poduzećima
- Poduzeća koriste dio prihoda od prodaje kako bi platila faktore proizvodnje (plaće radnika, rentu...)
- Preostali prihod je dobit vlasnika poduzeća, koji su sami članovi nekog domaćinstva
- Tako novac potrošen na robe i usluge teče od domaćinstava ka poduzećima, a dohodak od plaća, najamnina i dobit teku od poduzeća k domaćinstvima

Osnovni elementi ponude i potražnje

potražnja

- Def. Potražnja je količina dobara i usluga koju su kupci spremni platiti po određenoj cijeni.
- Između te količine i tržišne cijene postoji veza koja se naziva **funkcija potražnje**



Zakon opadajuće potražnje

Potrošači kupuju više nekog dobra kada je cijena tog dobra niža, ako su ostali tržišni uvjeti ostali nepromijenjeni.

Smanjenje potražnje – zašto se događa?

- Smanjenje potražnje zbog porasta cijena je posljedica djelovanja dva efekta:
 - Efekta supstitucije – ako dođe do povećanja cijene, a dohodak ostane isti, potražnja se preusmjerava na slično dobro, supstituiramo skuplje za jeftinije dobro (cigarete – duhan, vožnja automobilom – vožnja javnim prijevozom)
 - Efekta dohotka – ako dođe do povećanja cijene, a moj dohodak je isti, ja sam realno siromašniji/a i manje ću potraživati svih dobara

Supstituti i komplementi

- Supstitut je dobro koje može uspješno zamijeniti drugo.
Npr. prijevoz automobilom i prijevoz javnim prijevozom
- Komplementi su dobra koja se u korištenju međusobno nadopunjuju.
Npr. gorivo i automobil/ matične ploče i kompjuteri

Poveća li se cijena jednog supstituta porast će potražnja za drugim supstitutom i obrnuto.

Smanji li se cijena komplementa to će izazvati porast potražnje obaju proizvoda i obrnuto.

Čimbenici/faktori koji utječu na potražnju

- Cijena samog dobra – što je veća potražnja je manja
- Cijene supstituta i komplementa – objašnjeno na prethodnom slajdu
- Veličina tržišta (prodaja mob u Turskoj i RH – zbog toga što je tursko tržište puno veće od hrvatskog prodavat će se više mobitela po bilo kojoj cijeni)
- Prosječan dohodak (što je veći, veća je ukupna potražnja, pr. Ford koji je 1914 povisio plaće svojih radnika za dvostruko više – učinio ih je svojim kupcima, oni su sada mogli potraživati više svih dobara po bilo kojoj cijeni)
- Ukusi i preferencije (pr. Valentinovo i cijena ruža – na Valentinovo cijena ruža raste zbog povećane potražnje)
- Posebni utjecaji (pr. potražnja za kišobranima u kišnom Londonu bit će veća od one u sušnom Kairu)

Izuzeci djelovanja zakona potražnje – kada krivulja potražnje ima pozitivan nagib

Giffenov paradoks

- Opći porast cijena ili smanjenje opće razine dohotka vodi do porasta potražnje za inferiornim dobrima (to je jedino što si možemo priuštiti pa to više kupujemo)
- Inferiorna dobra – ona koja kupuju kupci niske platežne moći (krumpir, najjeftiniji kruh, salama itd.)

Veblenov efekt

- Što je cijena manja, potražnja je manja (snobizam)
- Veblenovo dobro je tip luksuznog dobra za koje što je cijena viša, i potražnja je viša (dobra koja su statusni simbol) – skupocjeni automobili, nakit itd.

Špekulacije

- Tržišni baloni

Ponuda

- Ponuda je količina dobara i usluga koju su proizvođači spremni iznijeti na tržište pri određenoj cijeni.
- Između ponuđene količine (Q_s) i tržišne cijene (P) postoji odnos koji se naziva **funkcijom ponude**.



Zakon rastuće ponude

- **Kada cijene dobara rastu, i ponuđena količina će rasti, kada cijene padaju, ponuđena količina će padati, ako su ostali tržišni uvjeti nepromijenjeni**

Faktori koji određuju ponudu



- Tehnologija (pr. robotika – tehnologija smanjuje troškove proizvodnje pa proizvođači mogu proizvoditi više po bilo kojoj cijeni)
- Cijene inputa (pr. Troškovi rada – niski troškovi rada u Azijskim zemljama omogućuju da proizvođači proizvode više po bilo kojoj cijeni)
- Cijene povezanih dobara (automobilske tvrtke koje proizvode aute i kamione, mogu birati čega će proizvoditi više ovisno o potražnji i troškovima)
- Politika države (kvote/carine – njihovo uvođenje smanjuje ponudu po bilo kojoj cijeni)
- Broj ponuđača – (što je više ponuđača na tržištu veća je ponuda po bilo kojoj cijeni)
- Posebni uvjeti (vrijeme u poljoprivredi – loše vrijeme može uništiti urod na polju i ponuda se smanjuje po bilo kojoj cijeni– pr. žitarice)

DEFINICIJA CJENOVNE ELASTIČNOST POTRAŽNJE

- Cjenovna elastičnost potražnje je svojstvo potražnje da se mijenja pod utjecajem promjene cijena uz pretpostavku ceteris paribus.
- Izražava odnos između postotne promjene tražene količine (Q_d) i postotne promjene cijena (P).
- Definicija: postotna promjena tražene količine podijeljena s postotnom promjenom cijene.
- Za koliko će se promijeniti tražena količina dobara ako promijeni njegova cijena

$$E_D = \frac{\text{Postotna promjena tražene količine}}{\text{Postotna promjena cijene}}$$

Koeficijent cjenovne elastičnosti potražnje

Cjenovnu elastičnost potražnje izražavamo koeficijentom cjenovne elastičnosti potražnje

- **Koeficijent cjenovne elastičnosti potražnje može biti:**

- Veći od 1 (elastična potražnja)**

- Ako promjena cijene od 1% dovede do promjene potraživane količine više od 1%. – turistički aranžmani (masovni turizam – sunce i more)

- Jednak 1 i (jedinično elastična potražnja)**

- Postotna promjena cijene jednaka je postotnoj promjeni potražnje.

- Manji od 1 (neelastična potražnja) – pr. Cigarete, dobra koja kupujete od monopoliste**

- Ako promjena cijene od 1% dovede do promjene potraživane količine manje od 1%.

Ekstremni slučajevi – savršeno neelastična potražnja (pr. Ovisnost o drogama); savršeno elastična potražnja (približno tome je tržnica)

O čemu ovisi cjenovna elastičnost potražnje?

- Intenzitet potreba, odnosno da li se radi o potrebnom ili luksuznom dobru (nužnost tog dobra)
- Supstituti
- Duljina vremena reakcije potrošača
- Koliki udio je tog dobra u ukupnom dohotku koji privređujete

Intenzitet potreba – nužnost ili luksuz

- Što je potreba za nekim dobrom veća to je i potražnja za takvim dobrom manje elastična i obrnuto.
- Nužna dobra (pr. kruh, mlijeko) su potrebna za život i od njihove kupnje se ne može lako odustati bez obzira na cijenu.
- Od luksuznih dobara (pr. Jahta, Rolex sat) se može lako odustati pa je i potražnja za takvim dobrima više elastična.
- Potreba je isto tako stvar osobnosti, što je za nekoga luksuz za drugoga je nužnost. Ako živite od iznajmljivanja jahti to je za vas nužda, pa je onda i vaša potražnja za njima manje elastična od prosječne osobe dubljeg džepa koji koristi jahtu kao “mamac za komade”

supstituti

- Ako neko dobro ima lako dostupne supstitute, njegova je potražnja elastična – pr. Ljetovanje (masovni turizam) u Hrvatskoj i Španjolskoj. Ako Hrvatska povisi cijene, turisti idu u Španjolsku.
- Ako neko dobro nema lako dostupne supstitute, njegova je potražnja neelastična - pr. benzin

Vrijeme reakcije potrošača

- Radi se o vremenu koje potrošač ima na raspolaganju za odgovor na promjenu cijene.
- Elastičnost potražnje veća je u dugom roku nego u kratkom roku, jer potrošači imaju više vremena za prilagođavanje promjenama.
- Npr. kada se snizi cijena nekog soka, to u prvom trenutku neće imati značajne posljedice na potražnju, ali će potražnja s vremenom rasti, kako bude rasla spoznaja o povoljnijoj cijeni.

Udio u osobnom dohotku

- Pr. Sol – ona predstavlja mali udio u vašoj potrošnji i vašem dohotku, prema tome vaša cjenovna elastičnost potražnje je manje elastična tj neelastična – ne brinete se toliko o cijeni soli i nećete obići 5 različitih dućana da bi uštedili ako cijena soli u nekom od dućana padne za 10%.
- No, za iPhone 13, koji predstavlja znatni udio u dohotku, ćete itekako reagirati na promjenu cijene, tj vaša potražnja će biti elastična i reagirati ćete na promjene cijene. Ako cijena u nekom od dućana padne za 10% sigurno ćete ih pokušati locirati da biste ostvarili uštedu.

Ostali oblici elastičnosti potražnje – Dohodovna elastičnost

- –Količina potraživane količine nekog dobra reagira i na promjene dohotka
- –Mjeri kako se mijenja tražena količina kada se mijena dohodak potrošača
- –Normalna (pr. odjeća), superiorna (pr. luksuzni sat) i inferiorna dobra (pr. pileća jeftina salama, najjeftiniji kruh, jeftini paradajz iz masovnog stakleničkog uzgoja)
- Za većinu dobara ta je elastičnost pozitivna po predznaku (ako se povećava dohodak, potražujemo više tih dobara). Međutim, za tzv. inferiorna dobra ona je negativna (što je veći dohodak, potražnja za njima je manja).
- Inferiorna dobra su ona, koje kupuju ljudi male platežne moći. Porast osobnih primanja dovodi do toga da si čovjek može priuštiti, na primjer, hranu bolje kvalitete, pa će tako umjesto paradajza iz trgovačkog centra kupovati istu količinu paradajza iz organskog uzgoja. Zbog toga će prodaja jeftinog paradajza iz masovnog stakleničkog uzgoja pasti.

Ostali oblici elastičnosti potražnje - Unakrsna, ukrštena, križna elastičnost

- –Mjeri kako se tražena količina jednog dobra (y) mijenja kada se mijenja cijena drugog dobra (x).
- –Komplementi, supstituti i neutralna dobra

Komplementi

- Koeficijent križne elastičnosti je manji od 0 (negativan)
- Promjena cijene jednog dobra izaziva promjenu potražnje drugog dobra u suprotnom smjeru
- Ako poraste cijena matičnih ploča, smanjiti će se potražnja za kompjuterima

Supstituti

- Koeficijent križne elastičnosti je veći od 0 (pozitivan)
- Promjena cijene jednog dobra izaziva promjenu potražnje drugog dobra (supstituta) u istom smjeru
- Ako poraste cijena Coca-Cole, povećati će se potražnja za Sky Colom (ili maslac i margarin)

Neutralna dobra

- ☐ Koeficijent križne elastičnosti je jednak 0
- ☐ Promjena cijene jednog dobra ne utječe na potražnju drugog

Elastičnost i prihod

- Poduzeća zanima da li će povećanje cijena povećati ili smanjiti prihod?
 - Ukupan prihod = cijena x količina
1. Kada je potražnja neelastična na cijenu, smanjenje cijene smanjuje ukupni prihod
 2. Kada je potražnja elastična na cijenu, smanjenje cijene, povećava ukupni prihod
 3. Kod jedinično elastične potražnje, smanjenje cijene ne dovodi do promjene ukupnog prihoda

Cjenovna Elastičnost ponude

- Odluke poduzeća isto tako pokazuju veće ili manje reakcije na promjenu cijene
- Cjenovna elastičnost potražnje izražava se kao odnos između postotne promjene nuđene količine i postotne promjene cijena.
- Definicija: postotna promjena ponuđene količine podijeljena s postotnom promjenom cijene

$$E_S = \frac{\text{Postotna promjena ponuđene količine}}{\text{Postotna promjena cijene}}$$

Koeficijent elastičnosti ponude

- **Elastičnost se ponude mjeri koeficijentom elastičnosti ponude**
- **Koeficijent elastičnosti ponude može biti:**
 - **Veći od 1 (elastična ponuda)** – za proizvode za koje proizvođači promjenom cijene mogu naći vrlo brzo supstitute ili imaju dosta proizvoda na zalihama
 - **Jednak 1 i (jedinično elastična ponuda)**
 - **Manji od 1 (neelastična ponuda)** – pr. poljoprivredni proizvodi zato što su sezonskog karaktera
- **Postoje i dva ekstremna slučaja:**
 - **Savršeno neelastična ponuda ($E_s = 0$)** – slika Mona Lise
 - **Savršeno elastična ponuda ($E_s = \infty$)** – približno: ponuda na tržnici

O čemu ovisi elastičnost ponude

- Raspoloživost proizvodnih kapaciteta
- Mobilnost proizvodnih faktora
- Stanje zaliha
- Vrijeme
- Dužina proizvodnog procesa

- **Ponuda je elastična kada su veće mogućnosti da se proizvodnja poveća**

—To ovisi o proizvodnim kapacitetima – što su veći i neiskorišteniji to je ponuda elastičnija

- **To ovisi i o mobilnosti proizvodnih faktora (inputa)**

Ako se inputi (pr. radna snaga) mogu lako nabaviti po tekućim cijenama, proizvodnja se može povećati i zbog relativno malog povećanja cijene na tržištu – elastična je

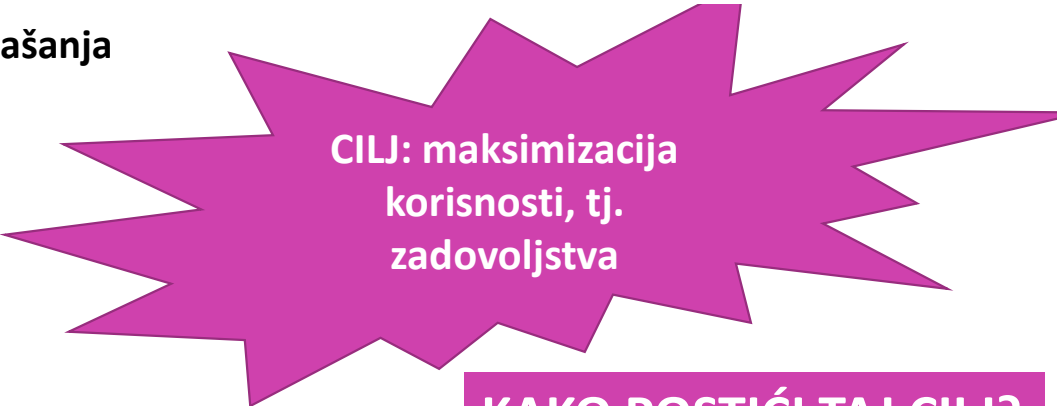
- **Ako su zalihe velike, elastičnost je također veća**

—Velike zalihe omogućavaju da se na tržište brzo plasira roba koja je na raspolaganju; ako zaliha nema, roba se prvo mora proizvesti

- **Elastičnost ponude raste i ako se proizvođač brzo može prilagoditi promjenama i ako je proizvodni proces kratak**

Ishod 3

Model ponašanja potrošača



Zadovoljstvo proizlazi iz utrošene količine dobara i usluga: što veće količine, to veći stupanj zadovoljenja potreba, to veće zadovoljstvo

OGRANIČENJA:
Dohodak i
Cijene dobara i usluga

KAKO POSTIĆI TAJ CILJ?

Korisnost

Subjektivne teorije vrijednosti / korisnosti

Naziv teorije i pretpostavka	Ključni pojmovi	Objašnjenje / primjer
KARDINALNA teorija: intenzitet korisnosti se može izmjeriti i prikazati brojem	<ul style="list-style-type: none"> • Granična korisnost • Zakon opadajuće granične korisnosti • Načelo jednakograničnosti 	Za koliko će se povećati ukupna korisnost (ukupno zadovoljstvo) ako... kupim još jedne cipele / popijem još jedan sok / odem još jednom na put u USA...

Kardinalna teorija: Vrste korisnosti

- Korisnost izražavamo u jedinicama koje zovemo „util“ (od en. riječi utility – korisnost). Bitni pojmovi:
 - Granična korisnost (GK) - dodatna korisnost koja se dobiva od korištenja dodatne jedinice neke robe
- Ukupna korisnost (UK) - Ukupna korisnost je korisnost cjelokupne količine nekog dobra ili usluge. Krivulja ukupne korisnosti je pozitivnog nagiba i pokazuje kako se povećanjem potrošnje ukupna korisnost povećava ali po sve nižoj stopi. Krivulja ukupne korisnosti doseže svoj maksimum kada je granična korisnost jednaka 0.
- Zakon opadajuće granične korisnosti = kada količina utrošenog dobra raste, granična korisnost tog dobra ima tendenciju smanjenja

Ukupna i granična korisnost

Količina dobra – bočice vode od 0.5 l	Ukupna korisnost	Granična korisnost
0	0	-
1	100	100
2	180	80
3	230	50
4	250	20
5	250	0
6	220	-30

- Ako potrošač nabavi prvu bočicu vode u danu, ona će mu pružiti najveću satisfakciju (žedni smo, važna nam je za održavanje na životu)
- Prema tablici, ta satisfakcija iznosi 100 jedinica korisnosti
- Druga bočica vode - vrlo korisna, jer će nam omogućiti da ne obolimo od težih bolesti zbog poremećaja metaboličkih procesa. Ipak, ona je malo manje korisna od prve bočice, kojoj promatrana osoba duguje život – korisnost 80
- Treća bočica – ne spašava život ali osigurava minimalnu razinu funkcioniranja organizma – korisnost 50
- Četvrta bočica – ukupno dvije litre na dan (optimalna količina vode dnevno) – korisnost 20
- Peta bočica – niti šteti niti koristi – korisnost je 0
- Šest bočica – negativno zadovoljstvo – može izazvati bolove u želucu ili nešto gore
- Trend povećanja događa se sve do 5 jedinica – to je točka maksimalne ukupne korisnosti (točka saturacije)
- Na višim razinama ukupna korisnost raste, ali sporijim tempom sve do točke saturacije, što znači da svaka dodatna bočica vode ne pruža jednaku satisfakciju

Ukupna i granična korisnost

Količina dobra – bočice vode od 0.5 l	Ukupna korisnost	Granična korisnost
0	0	-
1	100	100
2	180	80
3	230	50
4	250	20
5	250	0
6	260	-20

- Na višim razinama ukupna korisnost raste, ali sporijim tempom sve do točke saturacije, što znači da svaka jedinica dobra X ne pruža jednaku satisfakciju
- Svaka dodatna jedinica dobra X potrošaču donosi sve manji i manji opseg ekstra satisfakcije – granična korisnost
- U točki saturacije granična korisnost je 0, što znači da je potrošač dosegao točku maksimalne korisnosti
- Nakon te točke, granična korisnost počinje imati negativne vrijednosti, što smanjuje ukupnu korisnost
- Ta je pojava opisana **zakonom opadajuće granične korisnosti**

Definicija proizvodnje i funkcije proizvodnje

- Proizvodnja je proces kombiniranja proizvodnih faktora s ciljem stvaranja proizvoda namijenjenih zadovoljenju ljudskih potreba.
- Funkcija proizvodnje pokazuje odnos između maksimalnog rezultata proizvodnje (outputa) i proizvodnih inputa. U njoj su proizvodni inputi neovisna varijabla a output zavisna.
- Funkcija proizvodnje glasi $Q = f(L, K, N)$
- gdje je Q veličina outputa, L količina rada, K količina kapitala i N količina prirodnih resursa.

Proizvodni proces

- **U proizvodnom procesu poduzeća pretvaraju inpute u outpute (proizvode i usluge).**
- **Inputi su faktori proizvodnje.**
- **Odnos inputa i outputa opisani su funkcijom proizvodnje ili proizvodnom funkcijom.**

Proizvodna funkcija

Proizvodna funkcija – određuje maksimalnu proizvodnju – maksimalni output koja se može proizvesti uz danu količinu inputa (rad, kapital, zemlja). Definirana je za dano stanje tehnološkog i inženjerskog znanja.

Cilj proizvođača je da ostvari maksimalni output iz dane količine inputa

- Ključan element: tehnologija - Proizvodna tehnologija pokazuje kako se kombiniraju inputi da bi se dobio output

Shodno iskorištenju tehnologije i ljudske radne snage razlikujemo radnointenzivnu i kapitalnointenzivnu proizvodnju

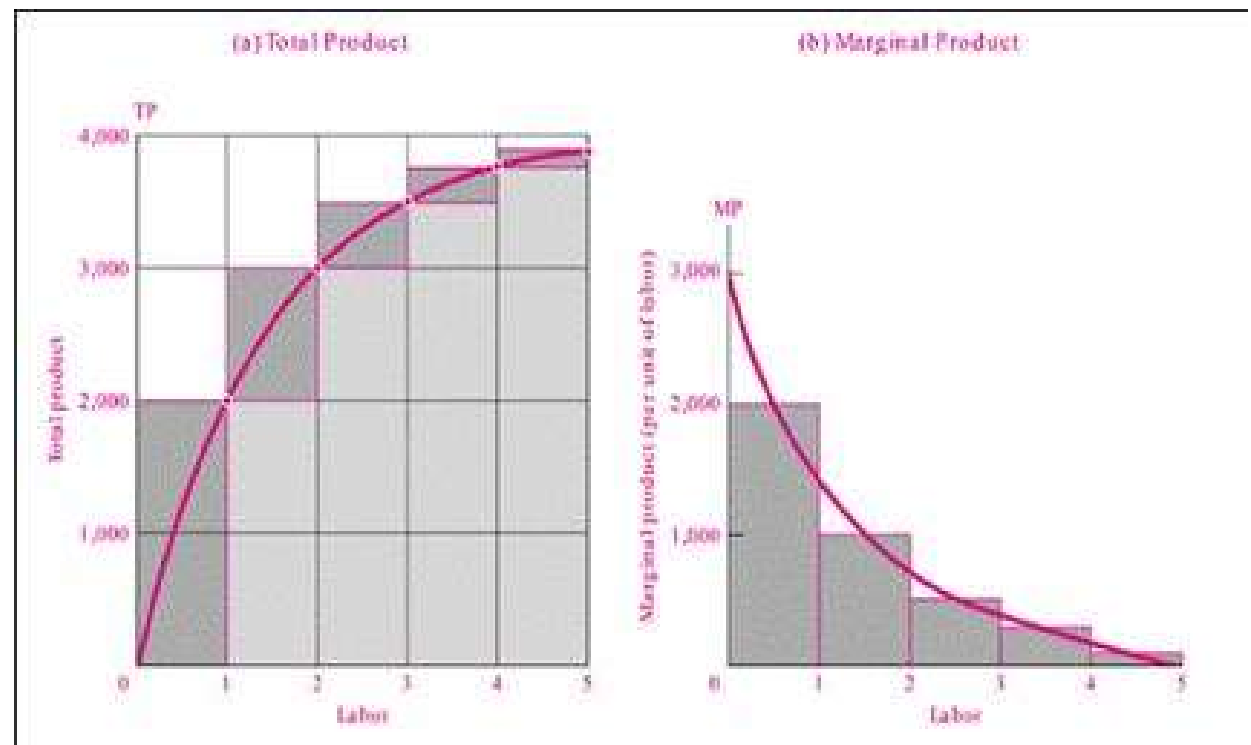
- Uvijek se uz danu tehnologiju i raspoložive inpute može dobiti samo određena količina outputa



- Proizvodna funkcija omogućava da se izračunaju tri važna proizvodna pojma:
- Ukupni proizvod (TP=total product): ukupno proizvedena količina iskazana u fizičkim jedinicama
- Prosječni proizvod (AP=average product): omjer ukupne proizvodnje podijeljene ukupnom količinom inputa
- Granični proizvod (MP=marginal product): povećanje proizvodnje koje je rezultat povećanja inputa (uz uvjet da su ostali inputi nepromijenjeni)

Ukupni, granični i prosječni proizvod

(1) Jedinice inputa rada	(2) Ukupni proizvod	(3) Granični proizvod	(4) Prosječni proizvod
0	0		
1	2.000	2.000	2.000
2	3.000	1.000	1.500
3	3.500	500	1.167
4	3.800	300	950
5	3.900	100	780



definicije

Ukupni proizvod – ukupno proizvedena količina (pr. Broj tenisica, broj automobila i sl.)

Ukupni proizvod kreće od nule za nula rada te raste kako se primjenjuju dodatne jedinice rada, dosežući maksimum kod 3900 jedinica proizvoda proizvedenih uz 5 radnika (jedinica rada)

Granični proizvod – dodatni proizvod proizveden jednom dodatnom jedinicom rada (dok su ostali inputi, tj. strojevi i zemlja fiksni)

Prosječni proizvod – u prosjeku koliko proizvede određeni broj radnika (pr. 2 radnika u prosjeku proizvedu 1500 jedinica svaki).

Kratki i dugi rok

- Uz inpute (rad, kapital i zemlju), proizvodnja zahtijeva i vrijeme.
- Kratki rok – razdoblje u kojem poduzeća mogu prilagoditi proizvodnju mijenjanjem promjenjivih čimbenika, kao što su rad i materijal (možete zaposliti dodatne radnike i kupiti sirovinu) ali ne mogu promijeniti fiksne čimbenike (npr. Kapital - napraviti novu halu ili iznajmiti kat uredskog prostora)
- Dugi rok – razdoblje koje je dovoljno da se svi čimbenici, uključujući i kapital mogu prilagoditi

Zakon opadajućih prinosa

- Temeljni zakon u ekonomiji
- Poduzeće će dobivati sve manje i manje dodatnog proizvoda dodajemo li dodatne jedinice inputa dok druge inpute držimo fiksnima.
- Vrijedi za kratki rok u kojem smatramo da proizvodnju možemo povećati jedino na način da dodajemo dodatne jedinice rada (u kratkom roku ne možemo izgraditi novu halu ili tako brzo kupiti nove strojeve)
- Granični proizvod svake jedinice inputa pada kako se taj input povećava – svaki dodatni radnik sve manje pridonosi proizvodnji

Prinosi na obujam

- Što bi se dogodilo s proizvodnjom da se zemlja, rad i kapital povećaju u istim proporcijama?
- U tom slučaju interesira nas takozvani prinos na obujam
- **Konstantni prinos na obujam** – promjena svih inputa vodi ka proporcionalnoj promjeni proizvodnje (pr. Udvostručite li rad, zemlju ili kapital, udvostručit ćete i proizvodnju – frizerski obrti – udvostručite broj frizerki, glavopera, frizerskih stolaca – udvostručili ste i broj klijenata/ica koji se mogu opslužiti). Prosječni ukupni trošak ostaje isti sa povećanjem proizvodnje.
- **Rastući prinos na obujam (ekonomija obujma)** – povećanje svih inputa za 10% vodi ka povećanju proizvodnje većem od 10% - pr. Uvođenje pokretne trake u proizvodnji automobila i specijalizacije rada. Prosječni ukupni trošak pada sa povećanjem proizvodnje.
- **Opadajući prinos na obujam (disekonomija obujma)** – povećanje inputa vodi ka manjem povećanju proizvodnje – pr. Proizvodnja monokulture u poljoprivredi – povećate li broj traktora, pesticida i insekticida te radnika, zemlja će davati manje. Prosječni ukupni trošak na dugi rok raste sa povećanjem proizvodnje

Što bi moglo uzrokovati ekonomiju i disekonomiju obujma? Ekonomije obujma često nastaju zato što više razine proizvedenih proizvoda dozvoljavaju *specijalizaciju* među radnicima, koja omogućuje da svaki radnik postane bolji u dodijeljenom mu zadatku. Na primjer moderni lančani način proizvodnje zahtijeva veliki broj radnika. Ako bi Ford proizvodio samo malu količinu automobila, ne bi mogao iskoristiti prednosti ovakvog pristupa, te bi imao viši prosječni ukupni trošak. Disekonomije obujma mogu nastati iz *problema koordinacije* koji su svojstveni bilo kojoj velikoj organizaciji. Što više automobila Ford proizvodi, to problemi s kojima se suočava vodstvo tvrtke postaju složeniji i zahtjevniji te manageri postaju manje učinkoviti u održavanju troškova niskima

Primjer ekonomija obujma



- Apple je efikasniji u proizvodnji mobitela nego što bismo bili mi da to radimo primjerice u garaži
- Zašto?
 - Jeftiniju radnu snagu (proizvodi u Kini)
 - Bolje uvjete pregovaranja (sa dobavljačima, sa bankama i investitorima)
 - Bolju opremu
 - Specijaliziranu radnu snagu (marketing, administracija, proizvodnja)

Primjer disekonomija obujma



IBM 'To Cut 111,000 Jobs' In Biggest-Ever Round Of Corporate Layoffs

Matthew Broersma, January 26, 2015, 11:25 am

- Suodnosi među ljudima znaju biti lošiji u velikim tvrtkama (problem lošeg upravljanja)
- Komunikacija među odjelima postaje sve teža što je tvrtka veća (više hijerarhijskih razina)
- Koordinacija – postaje sve teže koordinirati veliki broj poslova koji se moraju obavljati
- Kontrola – geografsko širenje kompanija smanjuje kontrolu

Definicije troškova

- Ukupni trošak (TC) se sastoji od ukupnog fiksnog i ukupnog varijabilnog troška

$$TC = TFC + TVC$$

- Fiksni trošak (TFC) – trošak koji se ne mijenja s količinom proizvedenog proizvoda. On se pojavljuje čak i kada uopće ne proizvodite (pr. Najamnina za štand, knjigovođa) $TFC = TC - TVC$
- Varijabilni trošak (TVC) – mijenja se kako poduzeće mijenja proizvedenu količinu proizvoda (pr. Trošak limuna, šećera, papirnatih čaša, slamki – što se više limunade proizvodi to se mora kupiti više ovih proizvoda)
- Napomena: Postoji još i mješoviti trošak (primjerice telefonski račun – fikсни dio je pretplata, mješoviti je ono što potrošite izvan ugovorene tarife)

Prosječni trošak - definicija

- Trošak podijeljen s proizvedenom količinom proizvoda
- Veličina koja je važna za izračunavanje jediničnog troška nekog proizvoda i/ili usluge, kalkulacije cijene, profitabilnosti proizvoda ili grupe proizvoda, proizvodnog pogona...

Prosječni trošak

- **Prosječni ukupni trošak**

- ATC = average total cost

- Nazivaju se i jediničnim troškovima

- Ukupni trošak podijeljen s razinom proizvodnje poduzeća (TC/Q)

- **Prosječni fiksni trošak**

- AFC = average fixed cost

- Fiksni trošak podijeljen s razinom proizvodnje tvrtke (TFC/Q)

- Kako je fiksni trošak konstantan, prosječni fiksni trošak opada s porastom razine proizvodnje

- **Prosječni varijabilni trošak**

- AVC = average variable cost

- Varijabilni trošak podijeljen s razinom proizvodnje tvrtke (TVC/Q)

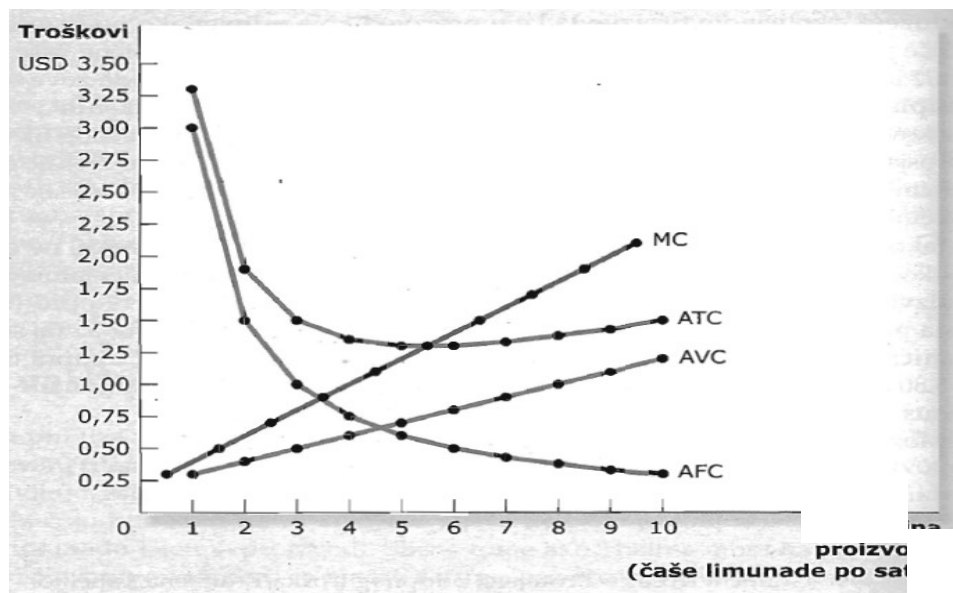
Granični trošak

- MC = marginal cost
- Porast troška koji nastaje zbog proizvodnje jedne dodatne jedinice proizvoda
- Kako je fiksni trošak nepromjenjiv, granični trošak je trošak jednak porastu varijabilnog troška ili porastu ukupnog troška koji je prouzrokovan proizvodnjom jedne dodatne jedinice proizvoda
- $MC = \Delta VC / \Delta Q = \Delta TC / \Delta Q$
- Daje informaciju o tome koliko će poduzeće koštati povećanje razine proizvodnje za jednu jedinicu proizvoda

Koja je učinkovita količina proizvodnje?

Količina limunade (čaše po satu)	Ukupni trošak	Fiksni trošak	Varijabilni trošak	Prosječni fiksni trošak	Prosječni varijabilni trošak	Prosječni ukupni trošak	Granični trošak
0	3,00 USD	3,00 USD	0,00 USD	—	—	—	0,30 USD
1	3,30	3,00	0,30	3,00 USD	0,30 USD	3,30 USD	0,50
2	3,80	3,00	0,80	1,50	0,40	1,90	0,70
3	4,50	3,00	1,50	1,00	0,50	1,50	0,90
4	5,40	3,00	2,40	0,75	0,60	1,35	1,10
5	6,50	3,00	3,50	0,60	0,70	1,30	1,30
6	7,80	3,00	4,80	0,50	0,80	1,30	1,50
7	9,30	3,00	6,30	0,43	0,90	1,33	1,70
8	11,00	3,00	8,00	0,38	1,00	1,38	1,90
9	12,90	3,00	9,90	0,33	1,10	1,43	2,10
10	15,00	3,00	12,00	0,30	1,20	1,50	

- Granični trošak raste s proizvedenom količinom proizvoda (opadajući granični proizvod)
- Kako proizvodnja raste – granični proizvod dodatnog radnika je velik a granični trošak dodatne čaše limunade mali
- To je tako do razine 5 ili 6 čaša limunade - u toj točki je prosječni ukupni trošak najniži (1,3 USD po čaši) i jednak je graničnom trošku
- Kažemo da je to učinkovita količina proizvodnje
- Kad je granični trošak manji od prosječnog ukupnog troška = prosječni ukupni trošak opada i obrnutom



- Proizvodit ćemo količinu koja minimalizira prosječni ukupni trošak - gdje krivulja MC siječe krivulju ATC (oblika je slova U)
- U našem slučaju učinkovita količina je 5 ili 6 čaša limunade
- Ukoliko se proizvodi više ili manje od te količine, ATC raste iznad minimuma od 1,30 dolara

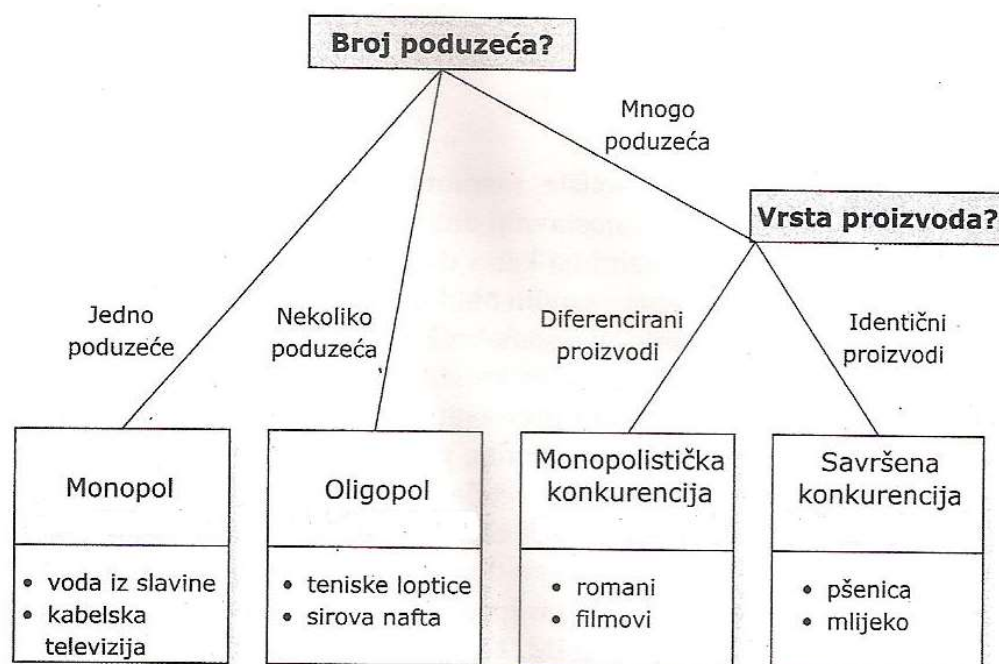
Troškovi i vrijeme

- Troškovi obzirom na vrijeme mogu biti kratkoročni i dugoročni
- Podjela troškova na fiksne i varijabilne vrijedi samo u kratkom roku dok su u dugom roku svi troškovi varijabilni
- Kratki rok je kraći u privrednim granama u kojima je mala količina fiksnih inputa ili ako se oni mogu lako zamijeniti
- Suprotno je u granama s velikom količinom fiksnih inputa
- –Primjer: u uslužnoj djelatnosti (npr. frizerski salon) kratki rok se izražava u danima, u tekstilnoj industriji u mjesecima a u industriji čelika u godinama

Kratki i dugi rok

- U proizvodnji se pojam kratkog i dugog roka ne poklapa s kratkim i dugim rokom u računovodstvenom smislu (do 1 godine i više od 1 godine)
- Kratki rok u proizvodnji je onaj u kojem se fiksni troškovi ne mogu mijenjati, dok je dugi rok onaj u kojem su svi troškovi promjenjivi, odnosno nema fiksnih troškova
- Dugi rok u proizvodnji može biti i nekoliko tjedana, ali i nekoliko godina

Oblici tržišnih struktura



Četiri oblika tržišne strukture

Ekonomisti koji se bave industrijskom organizacijom dijele tržišta u četiri oblika: monopol, oligopol, monopolističku konkurenciju i savršenu konkurenciju.

Savršena konkurencija

- **Oblik tržišne strukture na kojoj postoji veliki broj prodavača, ali i kupaca**
- Ponuđači nude isti, homogeni proizvod

- **Neke karakteristike ove tržišne strukture:**
 - Veliki broj prodavača i kupaca
 - Potpuna sloboda ulaska ili izlaska iz grane
 - Transparentno tržište i potpuna informiranost
 - Mobilnost faktora proizvodnje
 - Slobodno, nekontrolirano i nedirigirano tržište
 - Uzajamno poznavanje proizvođača i potrošača
 - Postojanje i savršenost supstituta
 - Proizvod: homogen
 - Cijena: prihvaća se, regulirana tržištem
 - Prodavači su prihvatitelji cijena – moraju prihvatiti cijenu koju određuje tržište



Poduzeće maksimizira dobit kada je $MR=MC$

Maksimalizacija dobiti: numerički primjer

Količina (Q)	Ukupni prihod (TR)	Ukupni trošak (TC)	Dobit (TR - TC)	Granični prihod (MR = $\Delta TR / \Delta Q$)	Granični trošak (MC = $\Delta TC / \Delta Q$)	Promjena u dobiti (MR - MC)
0 galona	0 USD	3 USD	3 USD			
1	6	5	1	6 USD	2 USD	4 USD
2	12	8	4	6	3	3
3	18	12	6	6	4	2
4	24	17	7	6	5	1
5	30	23	7	6	6	0
6	36	30	6	6	7	-1
7	42	38	4	6	8	-2
8	48	47	1	6	9	-3

Ključni faktori nepotpune konkurencije – prepreke konkurenciji

- a) Pravna ograničenja – patenti, carine, kvote, monopolske koncesije na resurse (voda, plin)
- b) Oglašavanje i diferencijacija proizvoda – skup mjera i djelovanja proizvođača usmjerenih na to da se na tržištu postigne određeni stupanj razlikovanja vlastitog proizvoda od sličnih konkurentskih proizvoda
- c) Ekonomije razmjera (obujma) – zbog nižih troškova proizvodnje manjeg broja kompanija oni postaju efikasniji u proizvodnji od većine
- d) Visoki troškovi ulaska – cijena ulaska u neku industriju je visoka
- e) Cjenovne strategije – prilikom ulaska konkurencije veliki igrači mogu manipulirati sa cijenom – predatorske cijene – niske cijene sa ciljem isključivanja konkurencije

Definicija monopola

- Poduzeće koje je jedini prodavač proizvoda bez bliskih supstituta
- Oblik nepotpune konkurencije gdje cjelokupnu ponudu kontrolira samo jedno poduzeće.
- Javlja se u proizvodnji onih proizvoda i usluga koji nemaju svojih supstituta.
- Javlja se u onim granama u kojima je ulazak konkurentima veoma otežan ili onemogućen.

Razlog nastajanja monopola

- Jedno poduzeće posjeduje ključni resurs (voda, dijamanti)
- Država da jednom poduzeću isključivo pravo prodaje nekog dobra ili usluge – koncesije, patenti
- Prirodni monopol – jedno poduzeće može opskrbiti cijelo tržište robom ili uslugom uz niži trošak nego što bi to mogla dva ili više poduzeća (ekonomija obujma)

Ključni faktor nepotpune konkurencije – važan za oligopole!

- Strateška interakcija – stanje u kojem poslovna strategija svakog poduzeća ovisi o poslovnim planovima njegovog suparnika.
- Nastaje zbog međuovisnosti na tržištu – pr. Telekomunikacije
- Pr. Detroit – američka industrija automobila

· · T · · Mobile ·

A1

Oligopol

- Tržišna struktura u kojoj dominira više velikih proizvođača homogenih (čelik, bakar, cement) ili diferenciranih proizvoda (automobili, elektronika, kućanski aparati)
- Postoje barijere ulasku na tržište tj. prepreke konkurenciji
- Oligopolist je davatelj cijena
- Glavna karakteristika oligopola – međuovisno ponašanje ili strateška interakcija
- Tvrtke se natječu sa svime osim promjenom cijene – cjenovni rat

Vrste oligopola

- Suradnički
- Nesuradnički

Suradnički oligopol

- Ako se oligopolističke tvrtke susreću sa sličnim potražnjama i troškovnim uvjetima, ulaze u suradnju kako bi se dogovorila cijena, količina ili podijelilo tržište.
- Cijena koju dogovore obično je puno viša od prosječnih ukupnih troškova, osiguravajući visoke profite svakoj tvrtki u sporazumu
- Vrlo često se nazivaju i tajnim oligopolima, iako ne moraju nužno to i biti

Vrste suradničkih oligopola

- Kartel
- Džentlinski dogovor
- Model cjenovnog vodstva

Vrste suradničkih oligopola

- **Kartel** – organizacija samostalnih poduzeća koja proizvode slične proizvode i djeluju zajedno kako bi podigli cijenu, podijelili tržište i ograničili količinu
- U većini zemalja je zabranjen vid udruživanja
- Iznimka: OPEC (Organization of petroleum exporting countries).
- Suraduju na bazi formalno pisanog ugovora između proizvođača nafte.
- Obično se specificiraju cijene i kvote proizvedene nafte



Vrste suradničkih oligopola - nastavak

- Džentlmenški dogovor – usmeni dogovori na golfu, banketima, putem telefona i sl.
- Model cjenovnog vodstva – dominantna tvrtka inicira cijenu proizvoda a ostali je prate. Svako povećanje cijena dogovaraju izvršni direktori predvođeni inicijatorom podizanja cijene



Nesuradnički oligopol

- Tvrtke formalno ne surađuju ali oblikuju svoje ponašanje prema potezima suparnika
- Cijene su stabilne na duži period jer se tvrtke uglavnom natječu na ne-cjenovnoj osnovi (marketing, dodatne usluge i sl.)
- Želi se izbjeći cjenovni rat

Monopolistička konkurencija - karakteristike

- Tržišna struktura koju karakterizira
 1. Relativno veliki broj proizvođača i kupaca
 - svaka tvrtka ima mali udio ukupnog tržišta i ograničenu ali ipak malu kontrolu nad tržišnom cijenom
 - Nema suradnje, svaka tvrtka ima svoje cjenovne politike bez obzira na konkurenciju
 2. Ulaženje na tržište i izlaženje iz njega je relativno lako – zato što su tvrtke relativno male i mnogo ih je; prepreke su uglavnom vezane uz troškove marketinga te istraživanja i razvoja; tvrtke mogu lako izaći sa tržišta ako su neprofitabilne

Monopolistička konkurencija - karakteristike

3. Takmiče se kroz diferencijaciju proizvoda –

- a) Fizičke karakteristike – kompjuteri – memorija, brzina,
- b) Dodatne usluge – dostava kod kuće
- c) Lokacija – trgovački centar
- d) Marka i ambalaža

