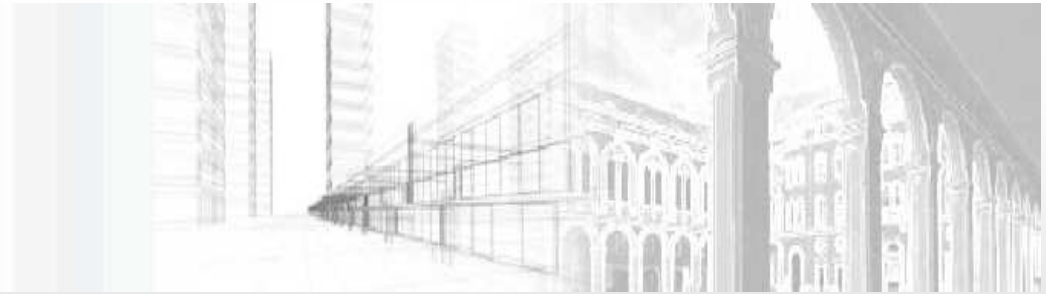


Sveučilište u Splitu

**FAKULTET
GRAĐEVINARSTVA,
ARHITEKTURE I GEODEZIJE**



OSNOVE POSLOVNE EKONOMIJE

Predavanja: 5. – 7. cjelina

Sadržaj izlaganja

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

6. PONUDA

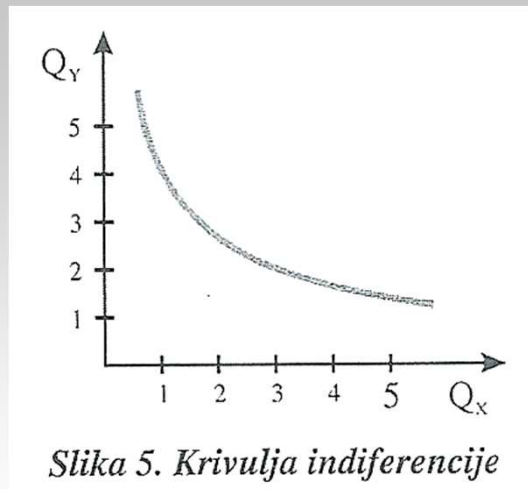
7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- **potražnja** se može definirati kao ona količina proizvoda (dobara) i usluga koju su kupci spremni kupiti po određenoj cijeni
- potraživana količina ovisi prvenstveno o cijeni proizvoda i dohotku potrošača
- ponašanje potrošača može se objasniti pomoću **teorije korisnosti** i **teorije ravnodušnosti**
- **teorija korisnosti:** potrošač odluku o kupnji nekog proizvoda donosi na temelju stupnja korisnosti (subjektivnog užitka, zadovoljstva) koje mu taj proizvod (usluga) pruža
- cilj potrošača: svojim ograničenim dohotkom postići najbolje zadovoljenje svojih potreba

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- **teorija ravnodušnosti (indiferencije):** potrošač je ravnodušan u izboru kombinacije proizvoda, ako mu svaka od tih kombinacija daje isti stupanj zadovoljstva
- ravnodušan stav potrošača se prikazuje krivuljom indiferencije koja povezuje različite kombinacije proizvoda X i Y koje potrošaču pružaju isto zadovoljstvo (korist)



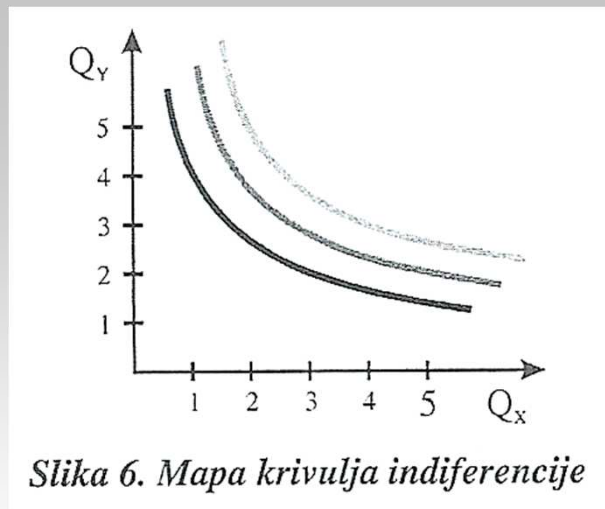
Q_X - količina proizvoda X

Q_Y - količina proizvoda Y

str. 52; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- u okviru jedne krivulje indiferencije stupanj zadovoljstva potrošača, koliki god bio, ostaje isti za različite kombinacije proizvoda
- različiti stupnjevi zadovoljstva mogu se prikazati nizom (pramenom) krivulja indiferencije koje zajedno čine mapu krivulja indiferencije



- krivulje indiferencije dalje od ishodišta prikazuju one kombinacije proizvoda koje daju višu razinu zadovoljstva
- krivulje bliže ishodištu pokazuju kombinacije proizvoda koje daju nižu razinu zadovoljstva

str. 52; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- svaki potrošač nastoji ostvariti što je moguće veću razinu zadovoljstva, odnosno između različitih krivulja indiferencije izabрати onu koja je najudaljenija od ishodišta
- međutim, kao što smo rekli na početku, izbor potrošača ograničen je dohotkom i cijenom proizvoda
- **budžetska linija** nam prikazuje različite kombinacije proizvoda X i Y koje potrošač, uz poznati dohodak i cijenu proizvoda, može kupiti
- opća formula budžetske linije:

$$I = P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y$$

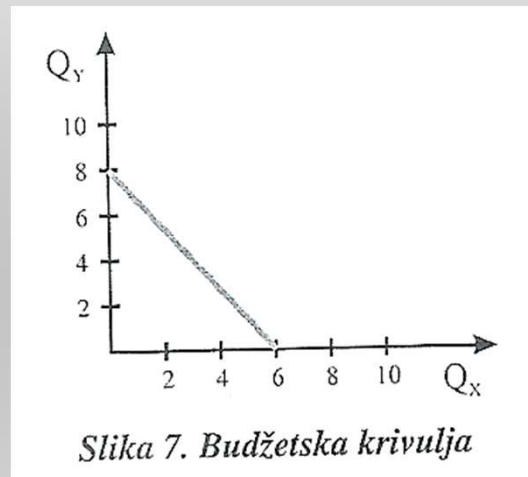
I - dohodak

P_X, P_Y - cijena proizvoda X, odn. Y

Q_X, Q_Y - količina proizvoda X, odn. Y

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- primjer: ukupni dohodak potrošača je 24 kn dnevno i on taj dohodak troši na proizvode X i Y. Cijena proizvoda X je 4 kn, a proizvoda Y 3 kn



$$I = P_X \cdot Q_X + P_Y \cdot Q_Y$$

I - dohodak

P_X, P_Y - cijena proizvoda X, odn. Y

Q_X, Q_Y - količina proizvoda X, odn. Y

str. 53; *Poslovna ekonomija*; Dr. sc. Dragana Grubišić;
Split 2004

- iz slike su vidljive različite kombinacije proizvoda X i Y koje potrošač, uz budžet od 24 kn, može u danu kupiti
- nagib budžetske linije određen je odnosom cijena proizvoda X i Y

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- budžetska linija će promijeniti svoj položaj ako dođe do:
 - promjene dohotka
 - promjene cijena proizvoda

POVEĆANJE DOHOTKA → BUDŽETSKA LINIJA DALJA OD ISHODIŠTA → **VEĆE ZADOVOLJSTVO**

SMANJENJE DOHOTKA → BUDŽETSKA LINIJA BLIŽA ISHODIŠTU → MANJE ZADOVOLJSTVO

SMANJENJE CIJENA → BUDŽETSKA LINIJA DALJA OD ISHODIŠTA → **VEĆE ZADOVOLJSTVO**

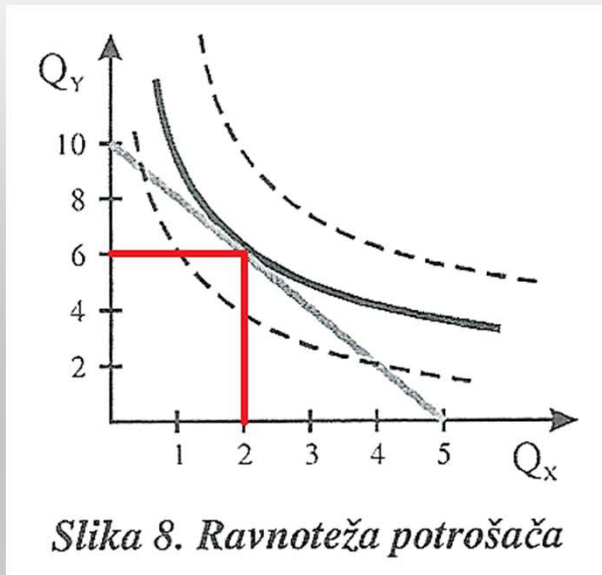
POVEĆANJE CIJENA → BUDŽETSKA LINIJA BLIŽA ISHODIŠTU → MANJE ZADOVOLJSTVO

- ukoliko se promijeni cijena samo jednog proizvoda, uz nepromijenjeni dohodak i cijenu drugog proizvoda, budžetska krivulja će rotirati i promijeniti svoj nagib

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

- možemo zaključiti: krivulja indiferencije nam prikazuje različite kombinacije proizvoda X i Y koje će nam dati isti (određeni) stupanj zadovoljstva, međutim naš izbor je ograničen dohotkom i cijenom proizvoda – to nam je predstavljeno budžetskom linijom
- **potrošač je u ravnoteži** kada uz budžetsko ograničenje (danu budžetsku liniju) dosegne najvišu moguću krivulju indiferencije (najveće osobno zadovoljstvo)
- **potrošač u ravnoteži** za danu razinu dohotka i poznate cijene proizvoda odabire optimalnu kombinaciju proizvoda te na taj način maksimizira svoje zadovoljstvo

5. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA



Budžetska linija može sjeći, biti ispod ili iznad krivulja indiferencije, ali može tangirati samo jednu od krivulja indiferencije.

Q_x - količina proizvoda X

Q_y - količina proizvoda Y

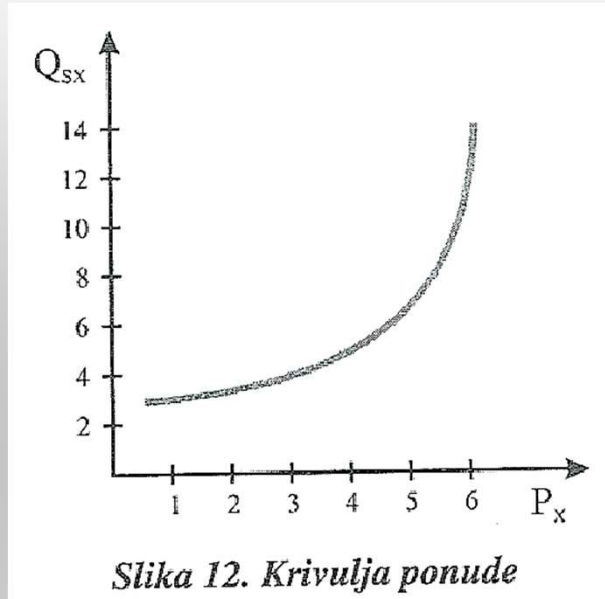
str. 54; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

- ravnoteža potrošača je grafički prikazana točkom tangencije (2, 6) što znači da potrošač, pri danoj razini dohotka, maksimalno zadovoljstvo postiže kupnjom dvije jedinice proizvoda X i šest jedinica proizvoda Y
- krivulje indiferencije desno od točke tangencije – potrošač si ne može priuštiti
- krivulje indiferencije lijevo od točke tangencije – niža razina zadovoljstva od moguće

6. PONUDA

- **ponuda** je ona količina proizvoda koju su proizvođači ili prodavatelji spremni prodati po određenim cijenama u određenom vremenskom razdoblju
- ponuda u najvećoj mjeri **ovisi o cijeni** koja se za određeni proizvod **na tržištu** može postići
- odnos između tržišne cijene proizvoda i količine ponude prikazuje se tablicom (rasporedom) ponude
- na temelju podataka iz tablice ponude izvodi se krivulja ponude
- oblik krivulje ponude je različit za različite tržišne situacije, tj. čimbenike koji utječu na ponudu

6. PONUDA



P_X - cijena proizvoda X

Q_{SX} - količina ponude proizvoda X

str. 62; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

- iz krivulje ponude se vidi da rast cijene proizvoda na tržištu rezultira rastom ponuđene količina proizvoda i obratno (proporcionalan odnos)
- to je prvenstveno iz razloga što je proizvođaču u interesu da pri rastu cijena, uz pretpostavku da se njegovi troškovi proizvodnje ne mijenjaju, poveća svoju proizvodnju jer će ostvariti veći profit

6. PONUDA

Osim cijene proizvoda na tržištu, na ponudu utječu i sljedeći čimbenici:

- troškovi proizvodnje koji se mijenjaju ovisno o tehnologiji proizvodnje i cijenama inputa
- cijene povezanih proizvoda (supstituta i nusproizvoda)
- organizacija tržišta
- posebni utjecaji

6. PONUDA

Na temelju navedenog zaključujemo da ponudu možemo izraziti kao funkciju niza nezavisnih varijabli: $Q_{SX} = f(P_X, P_Y, C, T)$ gdje su:

- Q_{SX} - količina ponude u jednom vremenskom razdoblju
- P_X - cijena proizvoda X
- P_Y - cijene povezanih proizvoda (supstituta i nusproizvoda)
- C - troškovi proizvodnje
- T - vrijeme

6. PONUDA

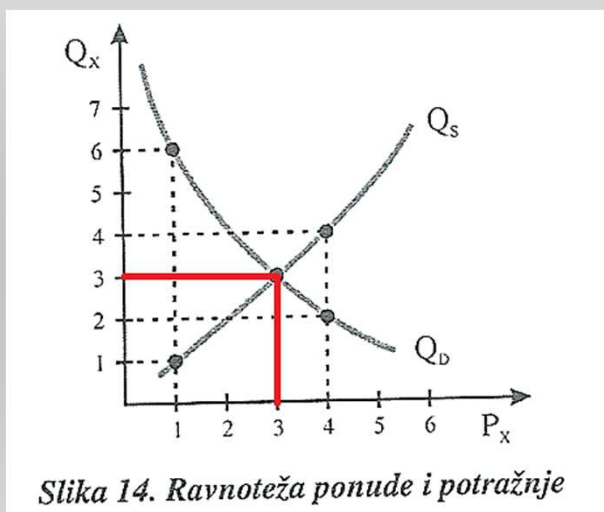
- budući ponuda proizvoda najviše ovisi o cijeni proizvoda na tržištu potrebno je definirati **elastičnost ponude**, a to je jačina reakcije količine ponude nekog proizvoda s obzirom na promjenu cijene tog proizvoda
- elastičnost ponude mjeri se koeficijentom elastičnosti E_S :

$$E_S = \frac{\% \text{ promjene cijene}}{\% \text{ promjene količine ponude}}$$

- s obzirom na vrijednost koju može imati koeficijent elastičnosti ponude, razlikujemo sljedeće vrste ponude: elastična, potpuno elastična, neelastična, potpuno neelastična, jedinično elastična ponuda

6. PONUDA

- težnja ekonomije je dugoročna **tržišna ravnoteža** – ravnoteža između ponude i potražnje



P_x - cijena proizvoda X

Q_x - količina proizvoda X

Q_S - krivulja ponude

Q_D - krivulja potražnje

str. 67; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

- na slici je tržišna ravnoteža grafički prikazana sjecištem krivulje ponude (rastuća krivulja) i krivulje potražnje (padajuća krivulja)
- TRŽIŠNA RAVNOTEŽA = (RAVNOTEŽNA CIJENA ; RAVNOTEŽNA KOLIČINA)

6. PONUDA

Primjer: U proteklom razdoblju ponuda i potražnja za blok opekom mijenjala se na sljedeći način:

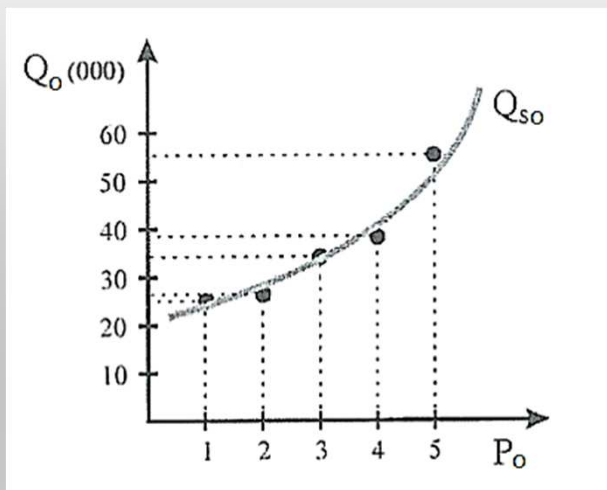
Cijena u kn	Ponuđena količina u 000 kom (Q_{SO})	Potraživana količina u 000 kom (Q_{DO})
1	25	54
2	26	45
3	33	33
4	38	28
5	55	26

- Izvedite krivulju ponude i objasnite dobivenu sliku!
- Nacrtajte na novom grafikonu krivulje ponude i potražnje te utvrdite ravnotežnu cijenu i ravnotežnu količinu!
- Koliko će se blok opeke tražiti pri cijeni od 5 kn, a koliko pri cijeni od 1 kn? Objasnite.
- Što se događa s ravnotežnom cijenom ako se dohodak potrošača poveća za 20%, uz pretpostavku da ponuda ostane nepromijenjena? Prikažite grafički!
- Što se događa s ravnotežnom cijenom ako se troškovi proizvodnje povećaju za 30% uslijed povećanja cijena sirovina, uz pretpostavku da potražnja ostane nepromijenjena? Prikažite grafički!

6. PONUDA

Rješenje:

a)

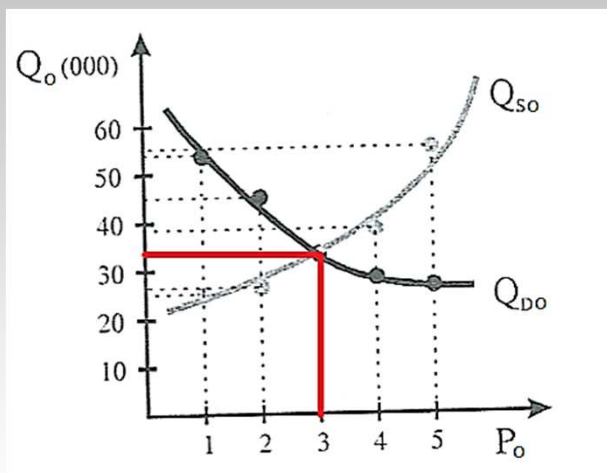


Iz slike se vidi da porastom cijene opeke (P_o) raste količina ponude (Q_o) i obrnuto.

Zbog toga krivulja ponude Q_{so} ima pozitivan nagib.

str. 68; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

b)



Tržišna ravnoteža se uspostavlja pri cijeni od 3 kn i pri količini od 33 000 komada opeke.

str. 69; Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

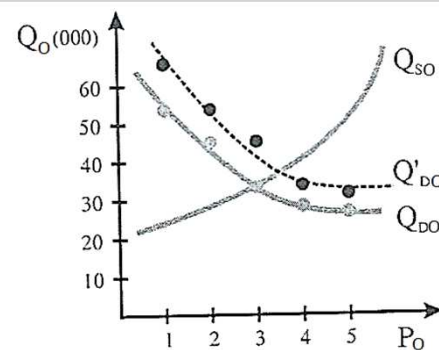
6. PONUDA

c)

- Pri cijeni od 5 kn (što je vidljivo iz tablice) nudit će se 55 000 komada opeke dok će se pri istoj cijeni potraživati 26 000 komada opeke. Dolazi do viška ponude od 29 000 komada opeke.
- Pri cijeni od 1 kn (što je vidljivo iz tablice) nudit će se 25 000 komada opeke dok će se pri istoj cijeni potraživati 54 000 komada opeke. Dolazi do viška potražnje od 29 000 komada opeke.
- Vidljivo je da u situaciji **kada je tržišna cijena (4 i 5 kn) veća od ravnotežne (3 kn)** na tržištu **dolazi do viška ponude**, a **kada je tržišna cijena (1 i 2 kn) manja od ravnotežne (3 kn) dolazi do viška potražnje**.

d) Povećanje dohotka potrošača za 20% pretpostavlja da će se i potražnja povećati za isti postotak. To će rezultirati povećanjem i ravnotežne cijene i ravnotežne količine (vidljivo iz grafa).

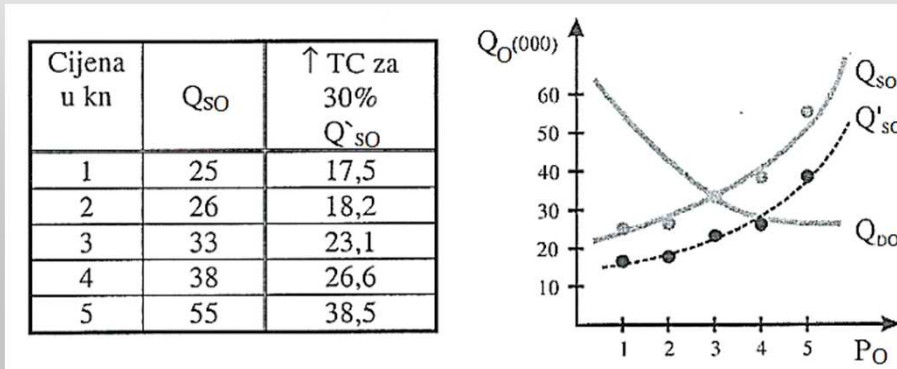
Cijena u kn	Q_{DO}	$\uparrow I$ za 20% Q'_{DO}
1	54	64,8
2	45	54
3	33	39,6
4	28	33,6
5	26	31,2



*str. 69; Poslovna ekonomija;
Dr. sc. Dragana Grubišić;
Split 2004*

6. PONUDA

e) Pri povećanju cijena sirovina za 30% povećavaju se troškovi proizvodnje te dolazi do smanjenja ponude za isti postotak. To će rezultirati povećanjem ravnotežne cijene i smanjenjem ravnotežne količine (vidljivo iz grafa).



*str. 70; Poslovna ekonomija;
Dr. sc. Dragana Grubišić;
Split 2004*

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.1. TRŽIŠTE SAVRŠENE KONKURENCIJE

- **savršena konkurencija** je takvo tržišno stanje u kojem postoji veliki broj prodavatelja i kupaca istog proizvoda
- svaki pojedinačni učesnik na tom tržištu je nedovoljno jak da bi imao utjecaj na formiranje prodajne cijene, tj. prodajna cijena je nezavisna varijabla
- za poduzeća na tržištu savršene konkurencije (mala poduzeća) je važno definirati ravnotežu poduzeća, tj. onu količinu proizvodnje za koju će ostvariti maksimalan profit
- ta količina je različita za svako poduzeće jer ovisi jedino o troškovima poslovanja dotičnog poduzeća (budući da na cijenu ne mogu utjecati)

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.2. MONOPOLSKO TRŽIŠTE

Monopol je jedno od tržišnih stanja nesavršene konkurencije koje postoji onda kada su ispunjeni slijedeći uvjeti:

- samo jedan proizvođač proizvodi dotični proizvod
- ne postoje supstituti za dotični proizvod
- drugi proizvođači nemaju pristup u dotičnu proizvodnju
- postoji kontrola od strane proizvođača nad količinom i cijenom proizvoda

Na monopolskom tržištu postoji mogućnost kontrole cijena bilo od strane ponuditelja ili od strane potražitelja.

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.2. MONOPOLSKO TRŽIŠTE

Monopol može nastati po dvije osnove: **prirodni monopol** i **zakonski monopol**.

Prirodni monopol nastaje kada samo jedan proizvođač koristi jedinstveni prirodni izvor sirovina (nafta, plin, rude, ...) ili kada samo jedan proizvođač opskrbljuje cijelo tržište određenim proizvodom uz cijenu koja bi bila znatno manja kada bi to činilo više proizvođača.

Zakonski monopol nastaje kada se zakonskim propisom zaštiti jedan proizvođač i zabrani se ulazak drugih proizvođača u istu granu (pošta, televizija, telekomunikacije, ...).

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.3. TRŽIŠTE MONOPOLISTIČKE KONKURENCIJE

- **monopolistička konkurencija** je također jedno od tržišnih stanja nesavršene konkurencije
- oblik tržišta u kojem ima mnogo prodavatelja sličnog, ali ne istog proizvoda i u kojem je ulazak i izlazak poduzeća u granu i iz grane lagan
- tržište i **s elementima monopola** (svi proizvodi međusobno različiti) i **s elementima savršene konkurencije** (brojnost proizvođača i ponuđača na tržištu te lakoća ulaska i izlaska iz grane)
- najčešće se susreće u gospodarskim granama kao što je: trgovina na malo, prodavaonica cipela, ljekarna,...

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.4. OLIGOPOLSKO TRŽIŠTE

- **oligopol** je takav oblik tržišta u kojem dominira mali broj prodavatelja istog (homogenog) ili sličnog (diferenciranog) proizvoda
- ukoliko se na tržištu nalaze samo dva prodavatelja tada imamo **duopol**
- ako nekoliko proizvođača prodaje isti proizvod, tada na tržištu postoji **čisti oligopol**
- ukoliko je proizvod koji se prodaje donekle različit, tada na tržištu postoji **diferencirani oligopol**

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.4. OLIGOPOLSKO TRŽIŠTE

- osnovna karakteristika ovakvog oblika tržišta jest da je ulazak u granu moguć, ali je ipak dosta otežan, posebice na kratki rok (razlozi: visoke investicije za ulazak, velika količina proizvodnje koja se treba realizirati da bi se investicija isplatila)
- oligopol se najčešće susreće u sljedećim sektorima proizvodnje: čelik, cement, automobili, cigarete, ...

Budući da se radi o tržištu s malim brojem proizvođača, djelovanje svakog od njih direktno utječe na ostale proizvođače u grani. Zbog tako **visokog stupnja međuzavisnosti** oligopolisti često sklapaju sporazume o jedinstvenom djelovanju.

7. ODREĐIVANJE CIJENA NA RAZLIČITIM TRŽIŠTIMA

7.4. OLIGOPOLSKO TRŽIŠTE

Iz te potrebe je nastao **KARTEL** - organizacija oligopolističkih poduzeća koja, na temelju formalnog sporazuma svih uključenih poduzeća, donosi sve bitne odluke u cilju maksimiziranja profita.

Dvije su osnovne vrste kartela: **centralizirani kartel** i **kartel za podjelu tržišta**.

Centralizirani kartel određuje cijenu proizvoda, količinu proizvodnje svakog pojedinog proizvođača i konačno udjel u profitu svakog pojedinog proizvođača.

Kartel za podjelu tržišta daje svakom proizvođaču isključivo pravo da djeluje na određenom regionalnom tržištu.

X.Literatura

Poslovna ekonomija; Dr. sc. Dragana Grubišić; Split 2004

Y. Pitanja i odgovori

(1) Što se podrazumijeva pod pojmom korisnosti?

Korisnost je subjektivni užitak odnosno zadovoljstvo što ga potrošač ima posjedujući neki proizvod ili trošeći neku uslugu.

(2) Što je krivulja indiferencije?

Krivulja indiferencije povezuje različite kombinacije proizvoda X i Y koje potrošaču pružaju isto zadovoljstvo ili korist.

(3) Što je budžetska linija?

Budžetska linija prikazuje različite kombinacije proizvoda X i Y koje potrošač, uz poznati dohodak i cijene proizvoda, može kupiti.

(4) Kakva je potpuno elastična ponuda i koliki je pripadni koeficijent elastičnosti?

To je ponuda kod koje najmanje povećanje cijene izaziva beskonačno veliko povećanje količine ponude, koeficijent elastičnosti $E_S = \infty$.

(5) Može li se ponuda izraziti pomoću formule? Kako?

Ponudu možemo izraziti kao funkciju niza nezavisnih varijabli: $Q_{SX} = f(P_X, P_Y, C, T)$ gdje su:

Q_{SX} - količina ponude u jednom vremenskom razdoblju; P_X - cijena proizvoda X;

P_Y - cijene povezanih proizvoda (supstituta i nusproizvoda); C - troškovi proizvodnje;

T - vrijeme

Sveučilište u Splitu

**FAKULTET
GRAĐEVINARSTVA,
ARHITEKTURE I GEODEZIJE**



HVALA NA PAŽNJI !