

UNIVERZITET U TRAVNIKU

PRAVNI FAKULTET

**EKONOMSKE OSNOVE
DRŽAVE I PRAVA**

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

TRAŽNJA I ZAKON TRAŽNJE

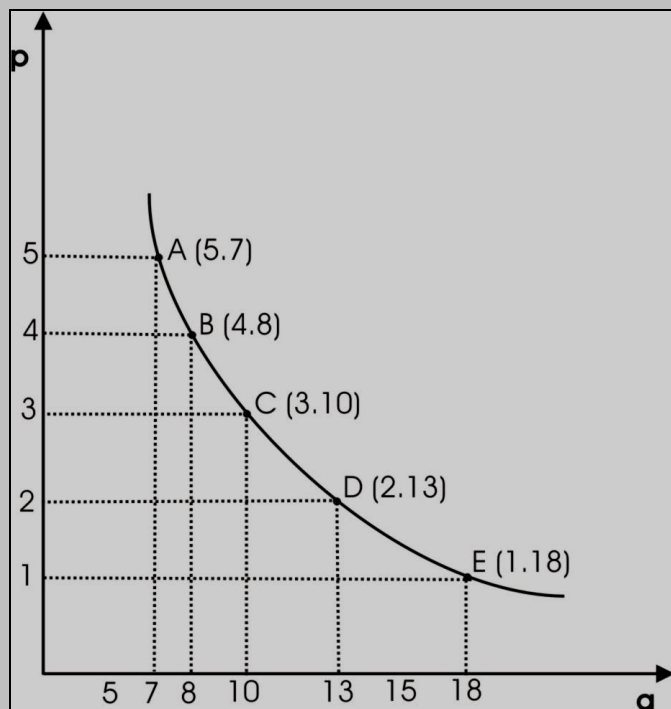
- **“Zakon tražnje”** ... količina roba/usluga koju su potrošači, na bilo kom tržištu, uz nepromijenjene uslove spremni kupiti povećava se sa smanjenjem i smanjuje se sa povećanjem njene cijene.
- Cijena mesa opada – cijena ribe konstantna. Slijedi: kupovina mesa raste, a ribe opada

Opšti zakon tražnje ili Maršalov zakon tražnje

Prema *opštem zakonu tražnje*, tražnja za robom zavisi od njene cijene.

- *Zakon tražnje* glasi: **kada cijena roba na tržištu raste, tražnja za njima će opadati, i obrnuto, sa opadanjem cijena tražnja raste, uz neizmjenjene ostale faktore.**
- *Kriva tražnje* je grafičko predstavljanje rasporeda tražnje i izvodi se iz skale tražnje. **Kriva tražnje se prikazuje u koordinatnom sistemu i predstavlja geometrijski izraz funkcionalnih odnosa cijene i traženih količina robe.**

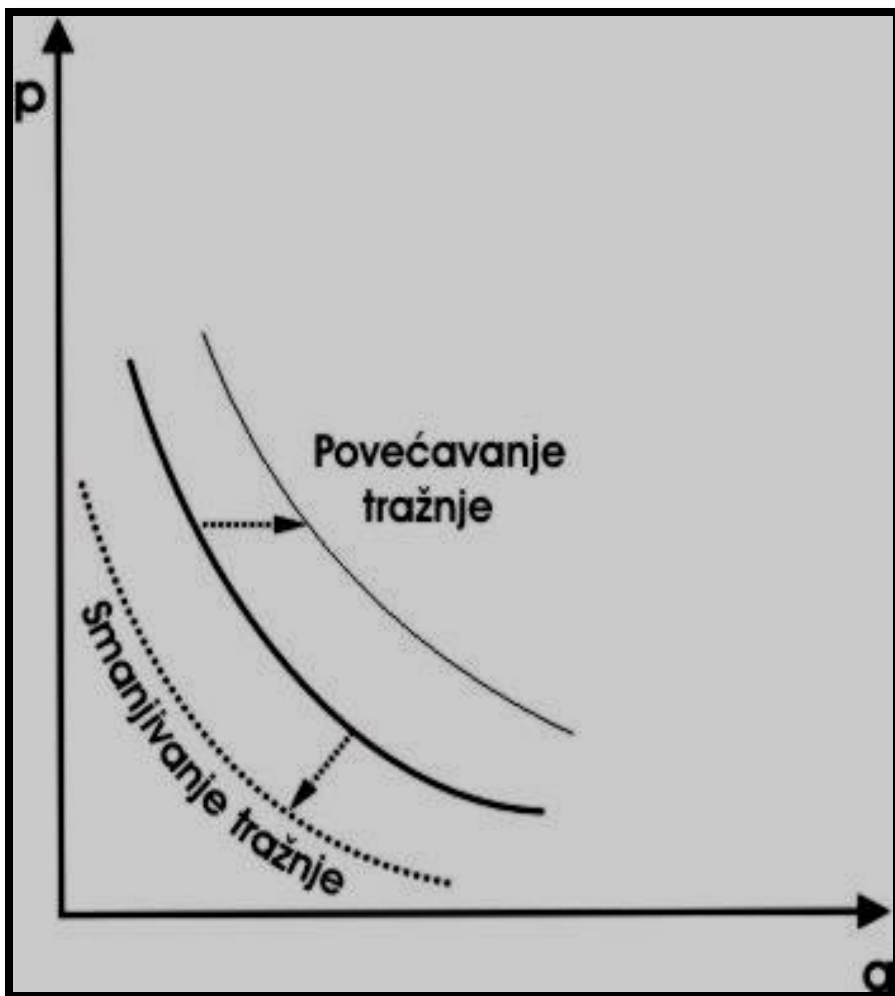
Kriva tražnje



Kriva tražnje pokazuje da tražnja predstavlja opadajuću funkciju cijena i količina roba, jer ako se na tržište iznese veća količina proizvoda, ta se količina može prodati samo uz nižu cijenu. Ovu pojavu ekonomisti objašnjavaju na tri načina: (a) sniženje cijena privlači dotadašnje potrošače zamjenjivih roba čija cijena ostaje nepromijenjena, (b) sniženje cijena stimulira da se u date kupovine uključe novi potrošači s nižim dohocima i (c) sniženje cijena stimulira da se u date kupovine uključe i oni potrošači koji kod viših cijena tu robu toliko da bi je tražili (npr. tražnja za ulaznicama za vokalni koncert).

Povećanje i smanjenje tražnje

PROŠIRENJE OPŠTEG ZAKONA TRAZNJE



Razvoj formalna teorija tržišne tražnje (ili potrošačke tražnje) prošao je kroz nekoliko etapa i karakterizira se slijedećim zakonima (modelima) tražnje, pored opšteg-Maršalovog zakona tražnje

Walrasov zakon tražnje - tražnja ne zavisi samo od cijene te robe, već i od cijena drugih roba

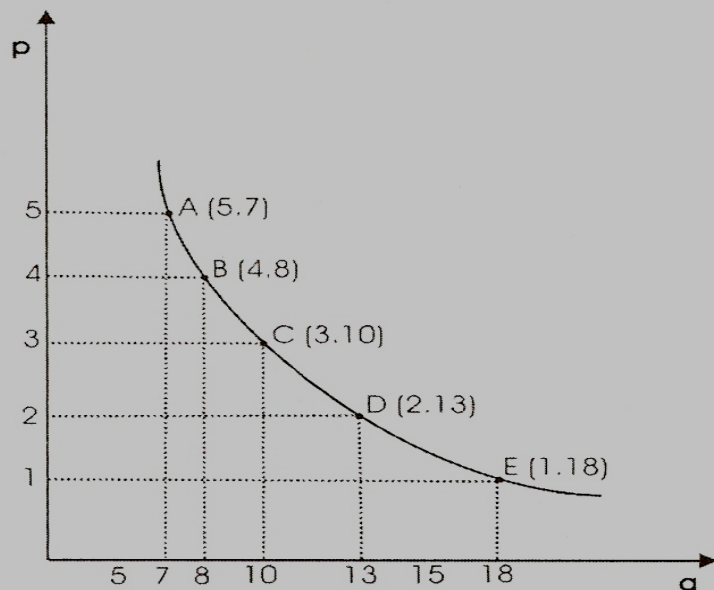
Slucki-Hiks-Alenov zakon tražnje - dinamički model, primjenljiv u analizi tržišnih kretanja u određenom vremenskom periodu, koji u analizu tražnje uvlači i dohodak potrošača.

Mur-Šulcovog zakona tražnje - ima univerzalnu empirijsku važnost (uključivanje varijable omogućilo je primjenljivost zakona u analizi stvarnih kretanja na tržištu), zbog čega kažemo da „predstavlja najviši stepen u razvitku teorije (zakona) tražnje.

Skala tražnje za robom

Situacija	Cijena (P)	Količina tražnje (Q)
A	5	7
B	4	8
C	3	10
D	2	13
E	1	18

Kriva tražnje



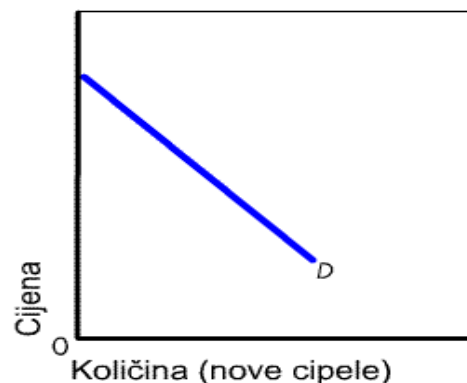
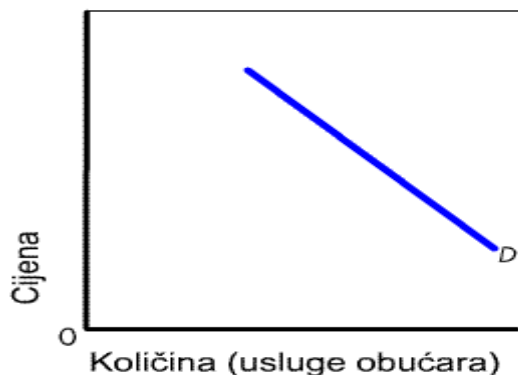
Promjena količine tražnje dešava se uslijed promjene cijene (uz druge nepromjenjene uslove) i predstavlja se kretanjem uzduž date funkcije tražnje.

Uslovi uslijed kojih dolazi do promjene tražnje su:

1. **Promjena dohotka**
2. **Promjena cijene supstituta**
3. **Promjena cijene komplementarne robe**
4. **Promjena očekivanja potrošača**
5. **Promjena ukusa ili preferencija**
6. **Promjena strukture stanovništva**
7. **Poboljšanje informisanosti potrošača**
8. **Mogućnost kupovine robe na kredit**

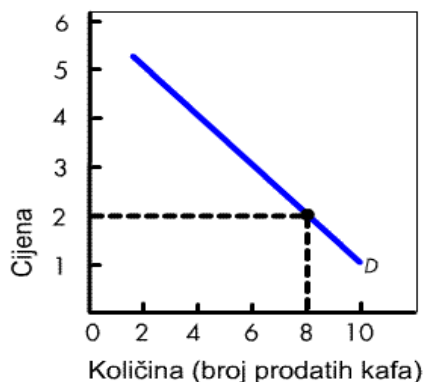
Promjena dohotka

- Uslijed povećanja dohotka povećava se tražnja normalne – roba čija se tražnja uz ostale nepromijenjene uslove povećava sa povećanjem dohotka (npr. Nove cipele) a smanjuje tražnja inferiorne – povećanje dohotka vodi smanjenju potražnje robe (npr. Usluga obučara).

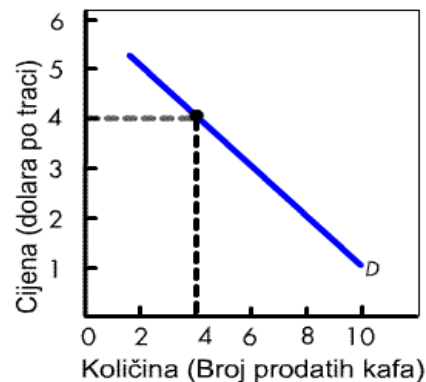


Promjena cijene supstituta

- **Supstituti** su robe koje na isti ili sličan način zadovoljavaju istu potrebu (npr. Kafa u ljetnim baštama koje će mo označiti kao Bašta A i Bašta B.)
- Ako se poveća cijena kafe u Bašti A a cijena kafe u bašti B ostane ista u bašti A dolazi do smanjenja količine tražnje a u bašti B dolazi do povećanja tražnje



Bašta A

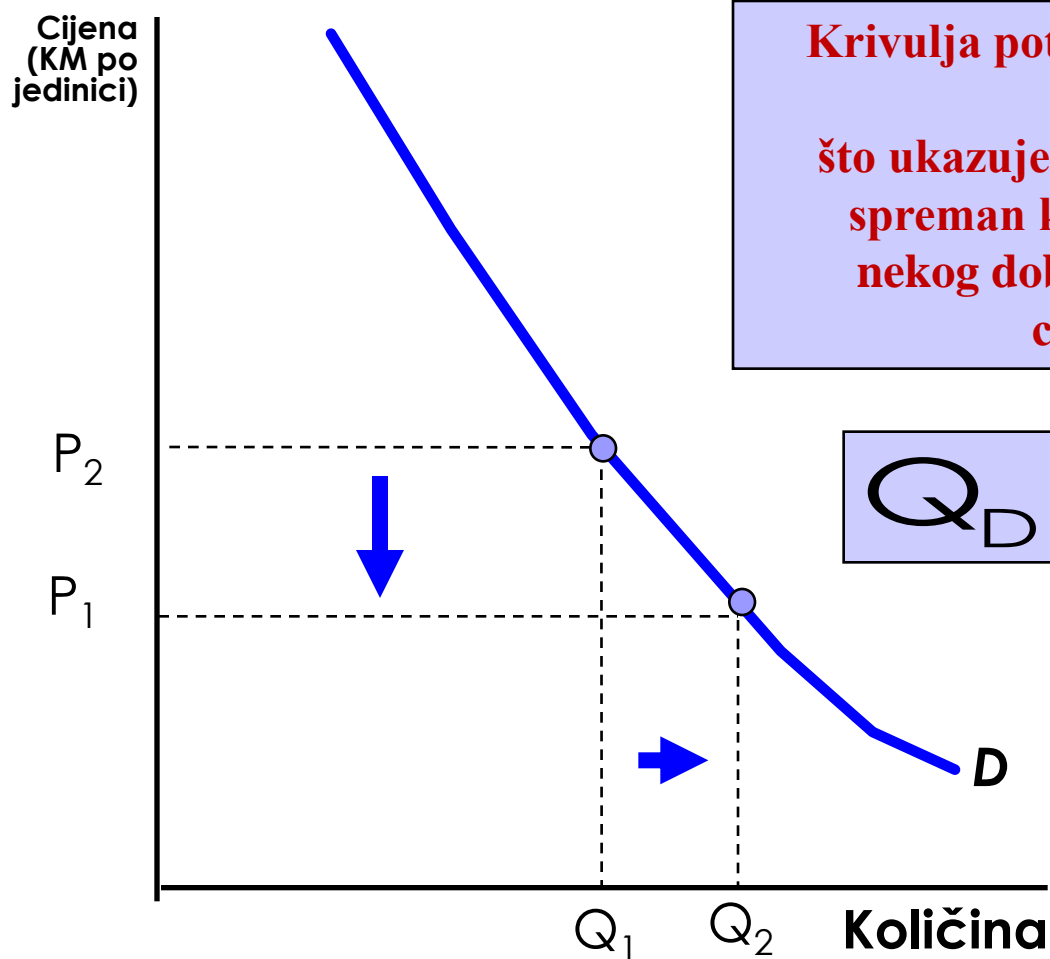


Bašta B

Promjena cijene komplementarne robe

- **Komplementarne robe** su one robe koje se uvijek upotrebljavaju zajedno po nekom potrošačkom obrascu (npr. mobiteli i futrola za mobitel).
- Ako poraste cijena jednog komplementa (**mobitela**) smanjuje se količina **tražnje te robe** a smanjuje se tražnja **futrola za mobitel**.

Krivulja potražnje



Krivulja potražnje je negativnog nagiba što ukazuje na to da je potrošač spreman kupiti veće količine nekog dobra kad je njegova cijena niža

$$Q_D = Q_D(P)$$

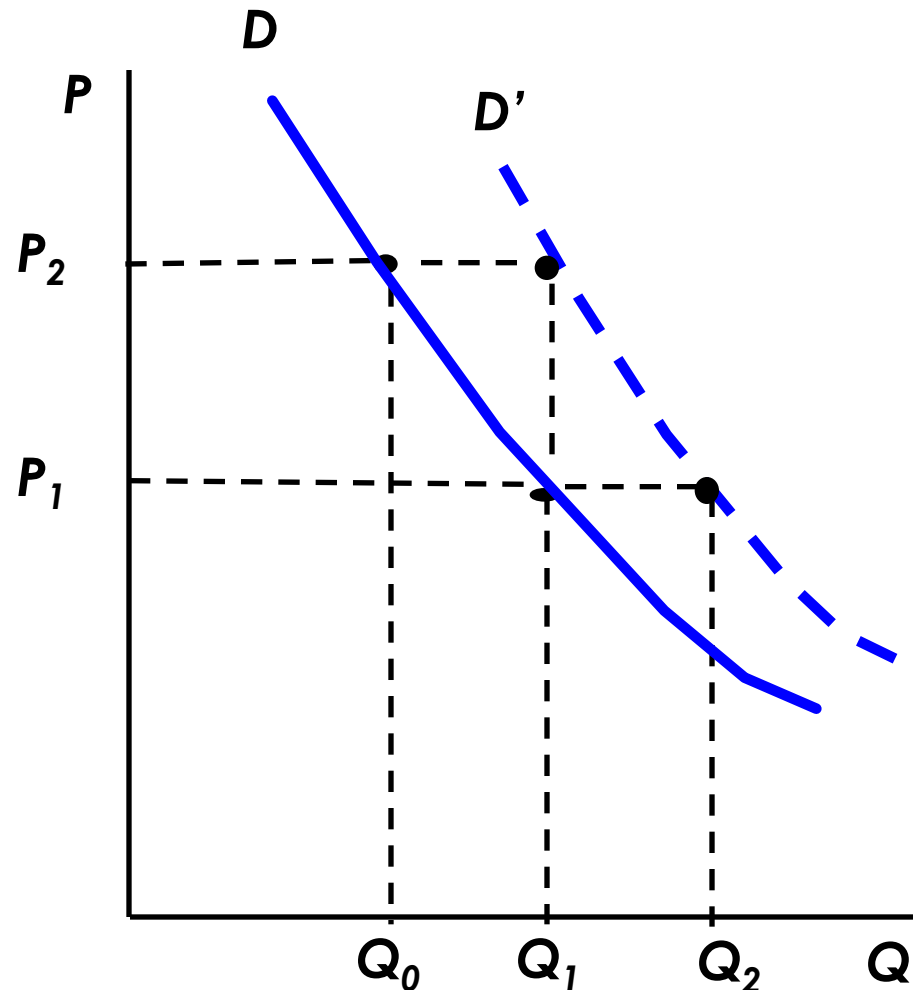
Pomak krivulje potražnje

■ Porast dohotka

- Kupljeno Q_0 , pri P_2 i Q_1 pri P_1
- Sada kupljeno Q_1 pri P_2 i Q_2 pri P_1
- Isto za sve cijene
- Krivulja potražnje se pomiče u desno

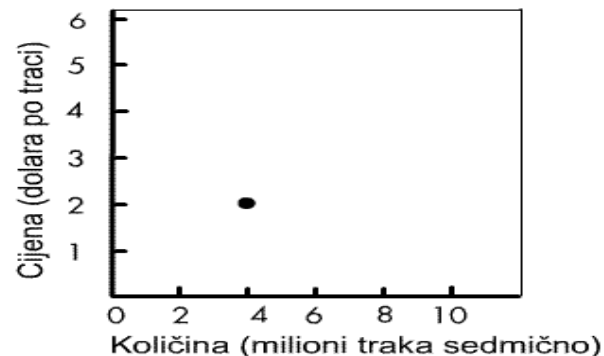
■ Promjena potražnje

- Pomak cijele krivulje potražnje izazvan promjenom drugih faktora
 - Dohotka
 - Preferencija
 - Cijena drugih roba



PONUDA I ZAKON PONUDE

- “**Zakon ponude**”... količina roba ili usluga, koju ponuđači žele i mogu ponuditi tržištu, uz druge nepromjenjene uslove, povećava se povećanjem a smanjuje sa smanjem cijena.
- Iz pojma ponude proizilazi ***zakon ponude***, koji glasi: ***količina dobara i usluga koju ponuđači žele i mogu ponuditi tržištu, povećava se sa povećanjem cijena, i obrnuto, smanjenje cijena roba/usluga izaziva smanjenje ponuđene količine.***
- Primjer: Na grafikonu je dat primjer proizvodnje audio kasete. Po cijeni od 2\$ po komadu količina ponude je 4 miliona komada a po cijeni od 4\$ ponuda iznosi 8 miliona komada.

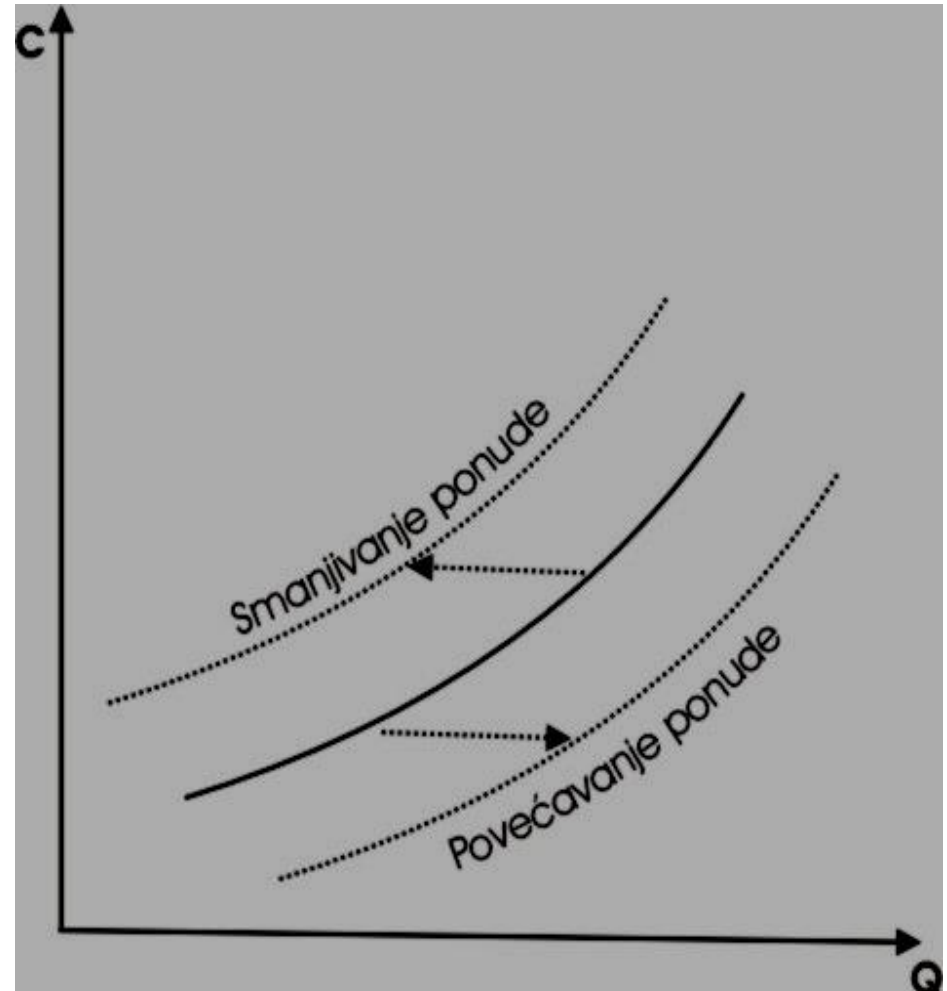


Promjena ponude

- Povećanje ponuđenih količina roba i usluga pomjera krivu ponude udesno i naniže, a smanjenje ulijevo i naviše.

Faktori uslijed kojih dolazi do promjene ponude su:

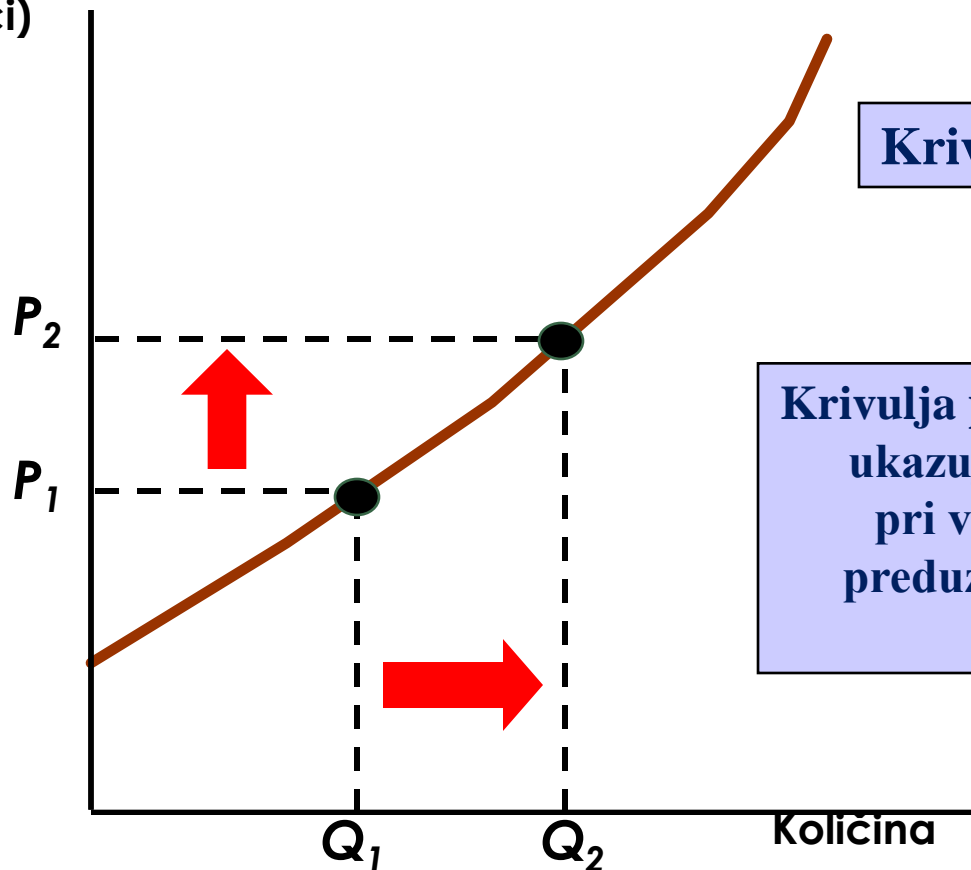
1. **Promjene u tehnologiji**
2. **Promjene cijene inputa-
inputa /rad,kapital,sirovine**
3. **Promjene cijene druge robe**
4. **Promjene očekivanja**



Krivulja ponude

$$Q_S = Q_S(P)$$

Cijena
(KM po jedinici)



Krivulja ponude

Krivulja ponude je uzlazna
ukazujući na to da će
pri višim cijenama
preduzeća nuditi veće
količine.

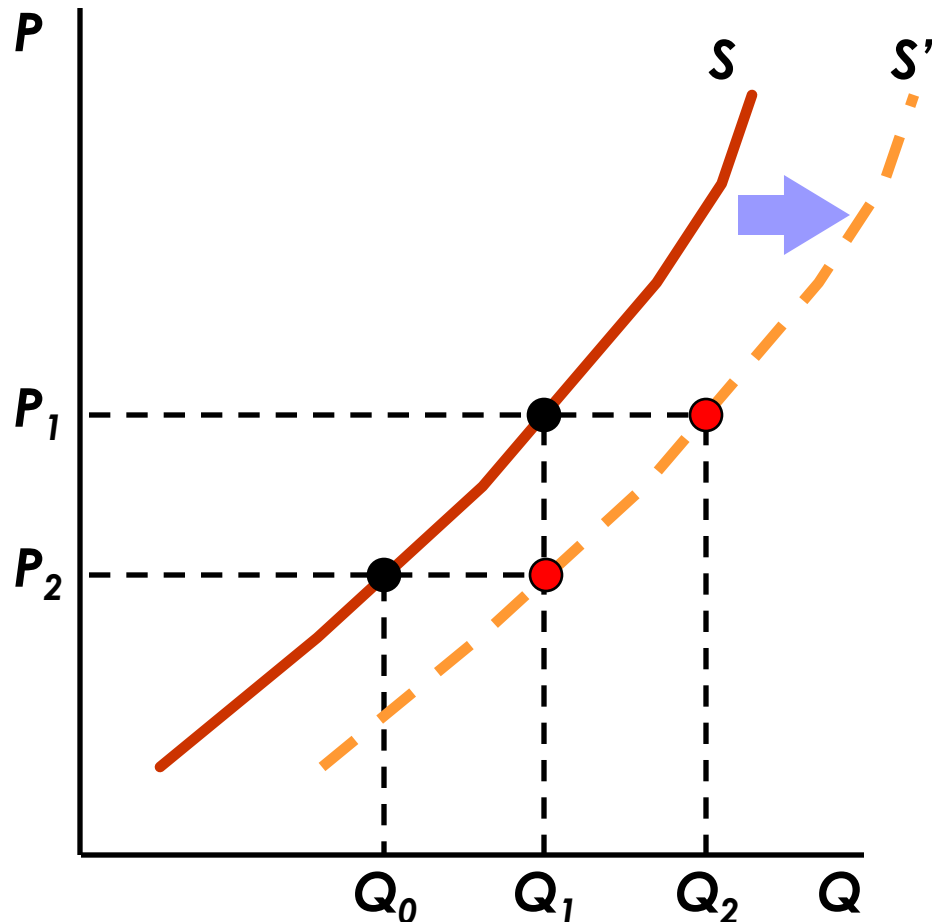
Pomak krivulje ponude-pod uticajem promjene cijena

■ Promjena ponuđene količine

- Kretanje **po** krivulji ponude izazvano promjenom cijene ponuđene robe

■ Cijene sirovina padaju

- Proizvedeno Q_1 pri P_1 i Q_0 pri P_2
- Sada proizvodi Q_2 pri P_1 i Q_1 pri P_2
- Krivulja ponude se pomiče na S'

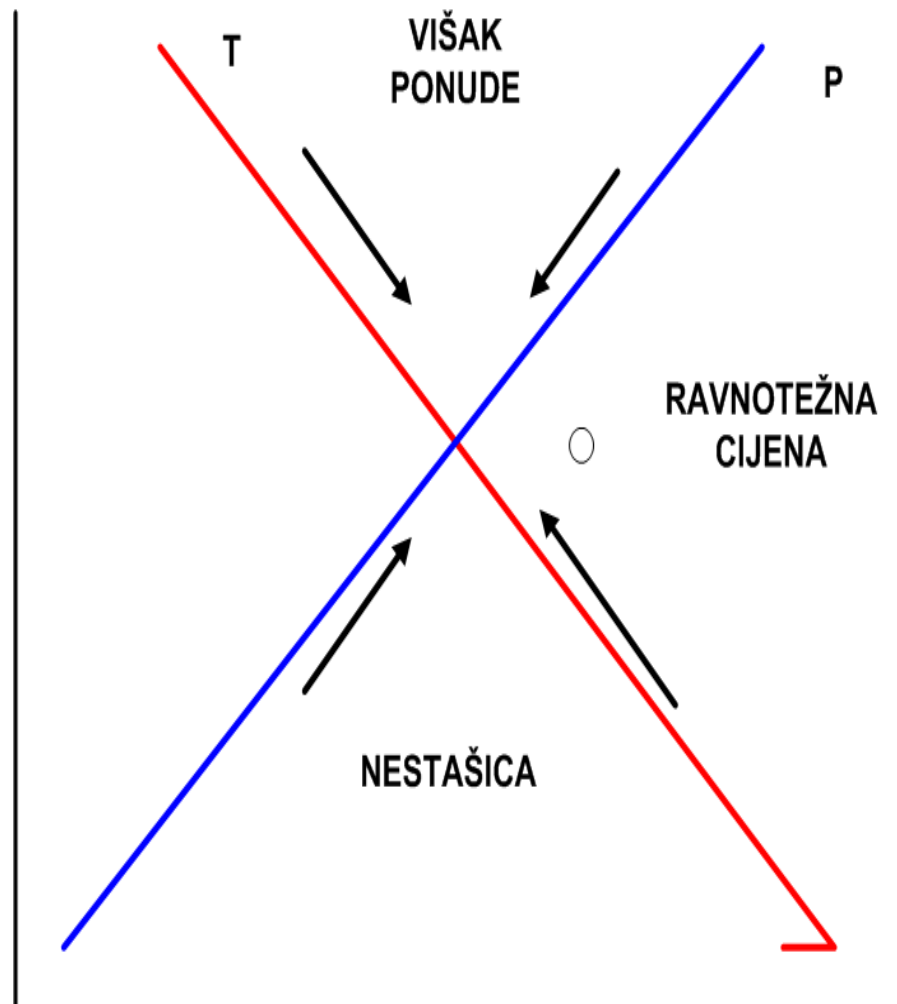


ODNOS TRAŽNJE I PONUDE

Ravnoteža na tržištu postoji u tački u kojoj se presjecaju kriva tražnje i kriva ponude. TO JE TAČKA EKVILIBRIJUMA-RAVNOTEŽE T i P.

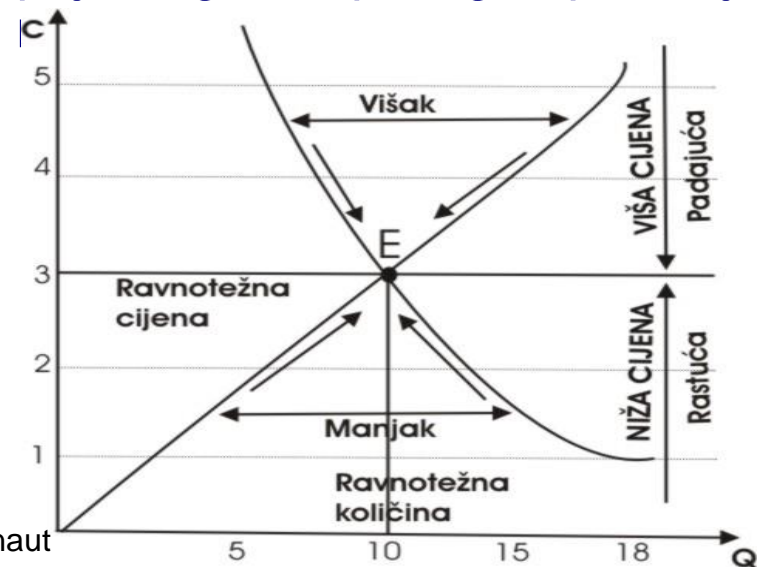
Ako je tražnja veća od ponude dolazi do nestašice što dovodi do povećanja cijena. Veće cijene znače veću količinu ponude što u konačnici dovodi do ravnoteže.

Višak na tržištu postoji kada je ponuda veća od tražnje tada dolazi do pada cijena i rasta tražene količine što rezultira uspostavljanjem ravnoteže



Ravnoteža ponude i tražnje

- **Tržišni višak** je situacija u kojoj količina ponude premašuje količinu tražnje.
- **Tržišni manjak** je situacija u kojoj je količina ponude manja od količinu tražnje.
- Porast ponude izazvat će pomak krive ponude udesno i smanjenje cijena, a smanjenje ponude – pomak krive ulijevo i povećanje cijene.
- **Ravnotežna (ekvilibrijumska) tačka E** na ovom našem simuliranom primjeru je susret tražnje i ponude u situaciji C (cijena 3 KM). Pri cijeni od 3 KM ponuđači su voljni prodati, a kupci kupiti istu količinu od 10 kg robe X. Njoj prethodi period približavanja i oscilacija prije nego što postigne položaj



ELASTIČNOST TRAŽNJE I PONUDE

- **CJENOVNA ELASTIČNOST** je mjera osjetljivosti odnosno reakcije potrošača na promjene cijena odgovarajuće robe/usluge, a mjeri se **KOEFICIJENTOM ELASTIČNOSTI** (E_t).

Elastičnost tražnje

- ***Elastičnosti tražnje*** pokazuje da li i u kom stepenu tražnja za nekom robom reaguje na promjene cijene te robe (ili na cijene drugih roba) i promjenu dohotka.
- **Elastičnost tražnje može biti:**
 - ***cjenovna elastičnost*** (reakcije na cijene),
 - ***dohodovna elastičnost*** (reakcije na dohodak),
 - ***unakrsna elastičnost*** (reakcije na promjene cijena drugih roba).

Elastičnost ponude

- **Elastičnost ponude (E_p)** označava mjeru reakcije prodavac na promjene cijena, i izračunava se kao odnos procentualne promjene količina ponude i procentualne promjene cijene.

■ Cjenovna elastičnost ponude može biti:

1. **Elastična ponuda**, ona kod koje je koeficijent elastičnosti veći od 1 ($E_s > 1$).
2. **Potpuna, beskonačna elastičnost** ($E_s = \infty$) je ona gdje je zavisnost ponude od cijene najveća, odnosno gdje je i najmanja promjena cijena dovodi do višestrukog rasta ponuđenih količina.
3. **Neelastična ponuda** je ona kod koje je koeficijent elastičnosti manji od 1 ($E_s < 1$).
4. **Jedinična elastičnost ponude** ($E_s = 1$) je ona kod koje se cijene i ponuđene količine mijenjaju u istoj srazmjeri.
5. **Nulta elastičnost** ($E_s = 0$) je ona koja izražava odsustvo svake funkcionalne veze između cijena i ponuđenih količina.
6. **Potpuna beskonačna elastičnost** ($E_s = \infty$) je ona gdje je zavisnost ponude od cijene najveća, odnosno gdje i najmanja promjena cijena dovodi do višestrukog rasta ponuđenih količina.

Koeficijent elastičnosti može biti jedan, manji od jedan i veći od jedan:

$E_t = \text{Promjena tražnje u \%} / \text{Promjena cijene u\%}$

- **$E_t = 1$** - Jedinična elastičnost (promjena cijene i tražnje mijenja se po istoj stopi)
- **$E_t < 1$** - Neelastična tražnja (tražnja se sporije mijenja od promjene cijena)
- **$E_t > 1$** - Elastična tražnja (tražnja se brže mijenja od promjene cijene)

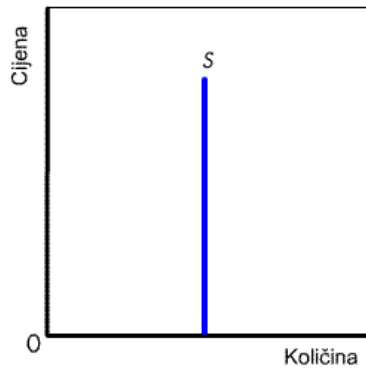
$$E_T = \frac{\frac{Q_{T2} - Q_{T1}}{(Q_{T1} + Q_{T2})/2}}{\frac{C_2 - C_1}{(C_1 + C_2)/2}} = \frac{(Q_{T2} - Q_{T1})(C_1 + C_2)/2}{(C_2 - C_1)(Q_{T1} + Q_{T2})/2}$$

C	Q
1,75 KM	1000
1,50 KM	1250

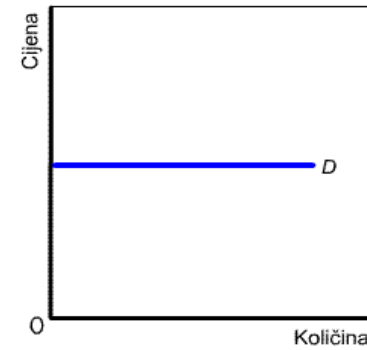
Uvrštavanjem u formulu dobijemo -1,44

... Na svaki jedan procenat promjene cijene paradajza potrošači povećavaju kupovinu paradajza za 1,44%. Predznak je negativan jer promjena cijene u jednom pravcu (+ ili -) izaziva promjenu količine tražnje u suprotnom pravcu (- ili +)

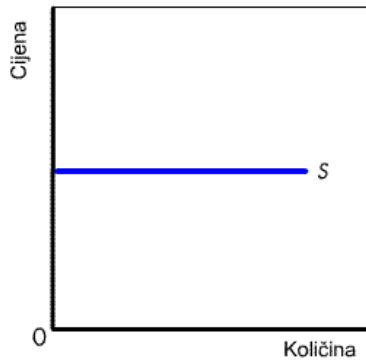
CJENOVNA ELASTIČNOST



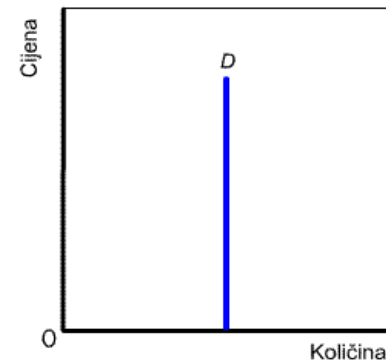
Savršeno neelastična ponuda



Savršeno elastična tražnja



Savršeno elastična ponuda



Savršeno neelastična tražnja

- **Dohodovna elastičnost** tražnje predstavlja odnos procentualne promjene tražnje u odnosu na promjenu dohotka. Pozitivna je za normalnu a negativna za inferiornu robu.

$$ED = \frac{(Q2-Q1)/(Q1+Q2)/2}{(D2-D1)/(D1+D2)/2}$$

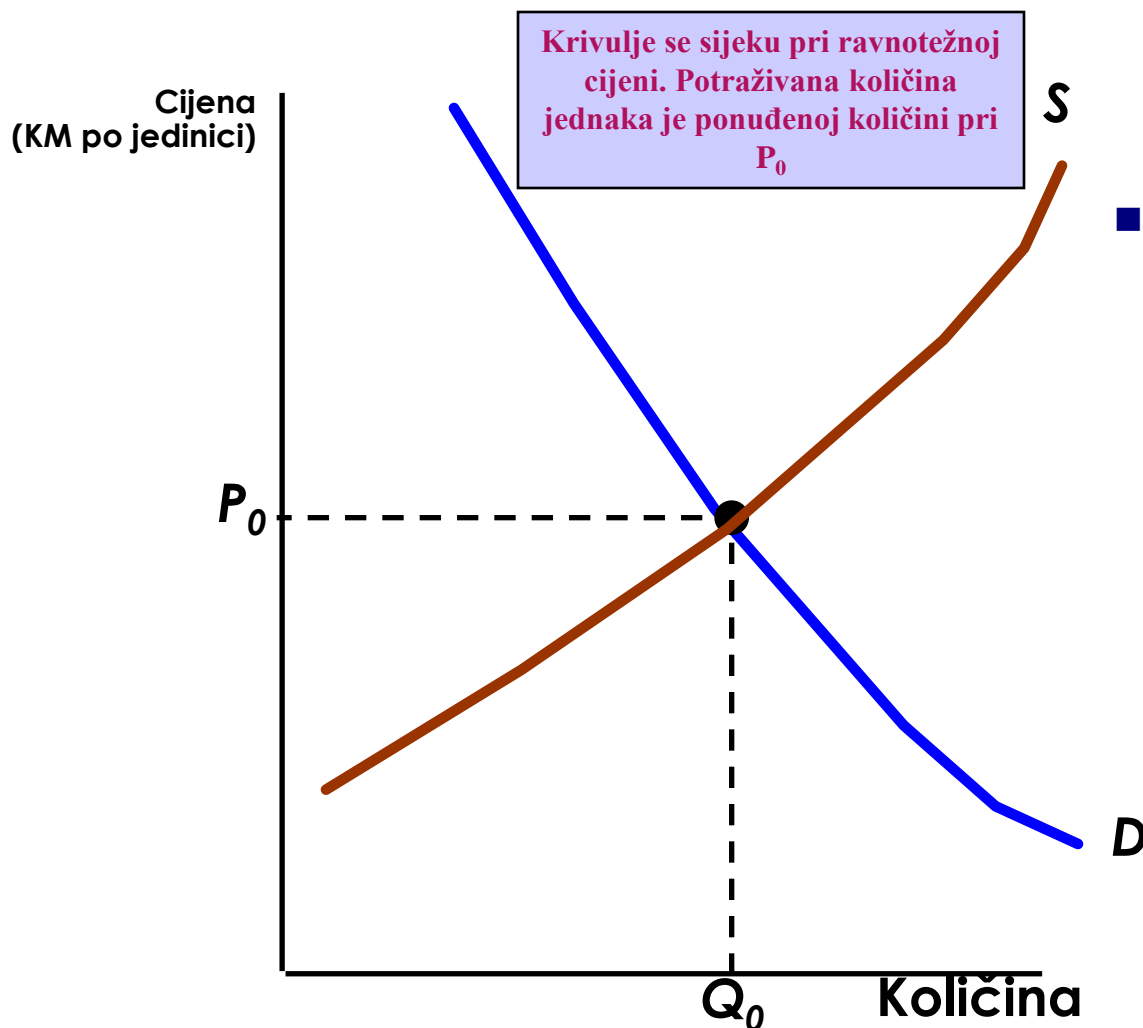
- **Ukrštena cijenovna elastičnost** izražava promjenu količine tražnje jedne po osnovu promjene cijene druge robe.
- Ako je pozitivna radi se o **supstitutivnim robama** ako je negativna radi se o **komplementarnim proizvodima** a ako je jednaka nuli radi se o nezavisnim robama

$$EU = \frac{\Delta QA/QA}{\Delta CB/CB}$$

Tržišni mehanizam i ravnotežna cijena

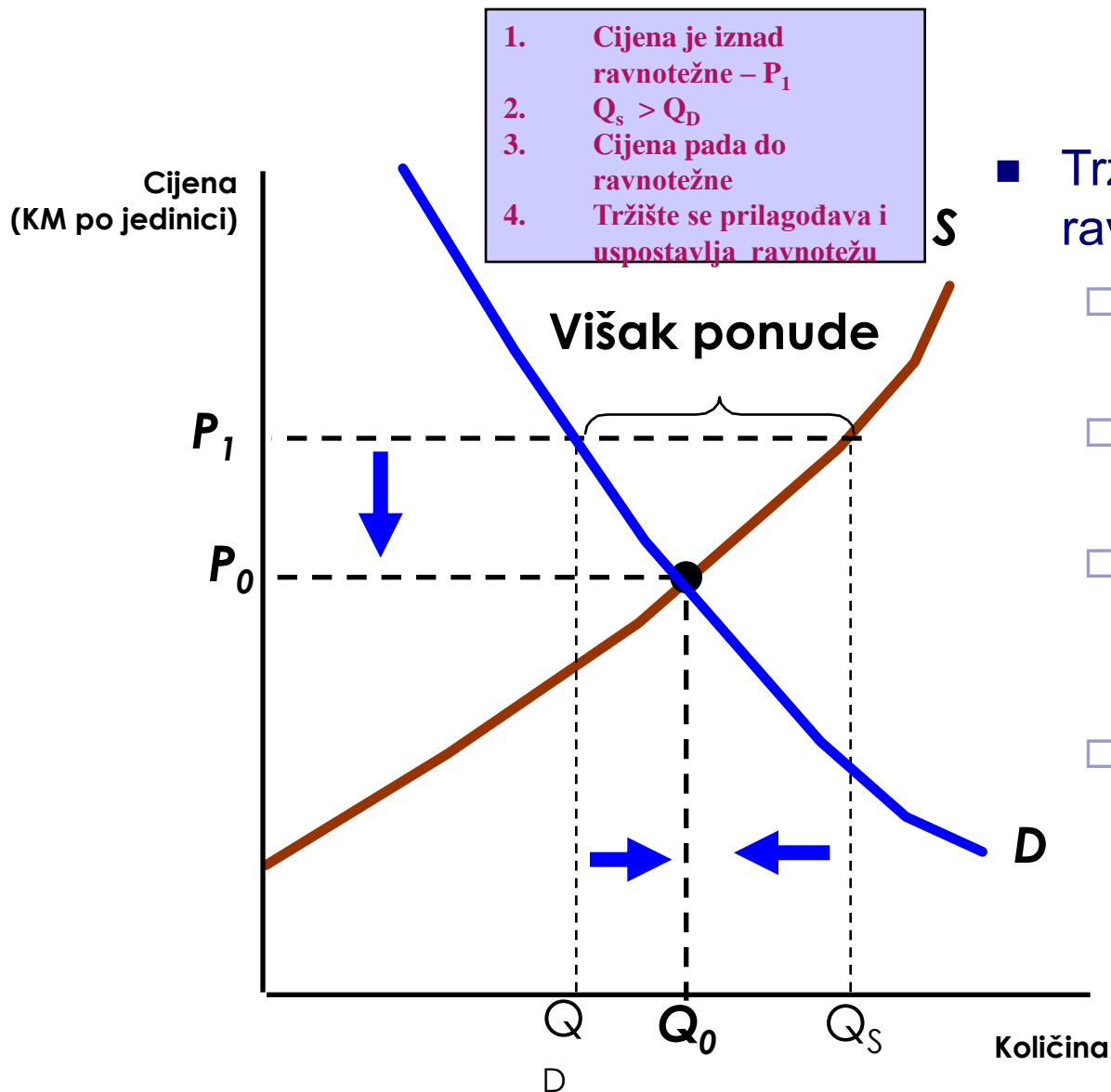
- ***Konkurentno tržište*** je ono tržište na kojem postoji veliki broj kupaca i prodavaca, tako da oni imaju zanemarljiv uticaj na tržišnu cijenu.
- ***Tržišni mehanizam*** je tendencija koja se pojavljuje na konkurentnim tržištima, pri kojoj se cijena mijenja sve dok se tržište ne uravnoteži. Takvu cijenu označavamo kao ravnotežna cijena ili ***cijena uravnoteženja tržišta***.
- ***Ravnotežna cijena*** (naziva se još i *optimalna cijena*) se ostvaruje kad je tražena količina jednaka ponuđenoj količini (optimalna količina).

Tržišni mehanizam



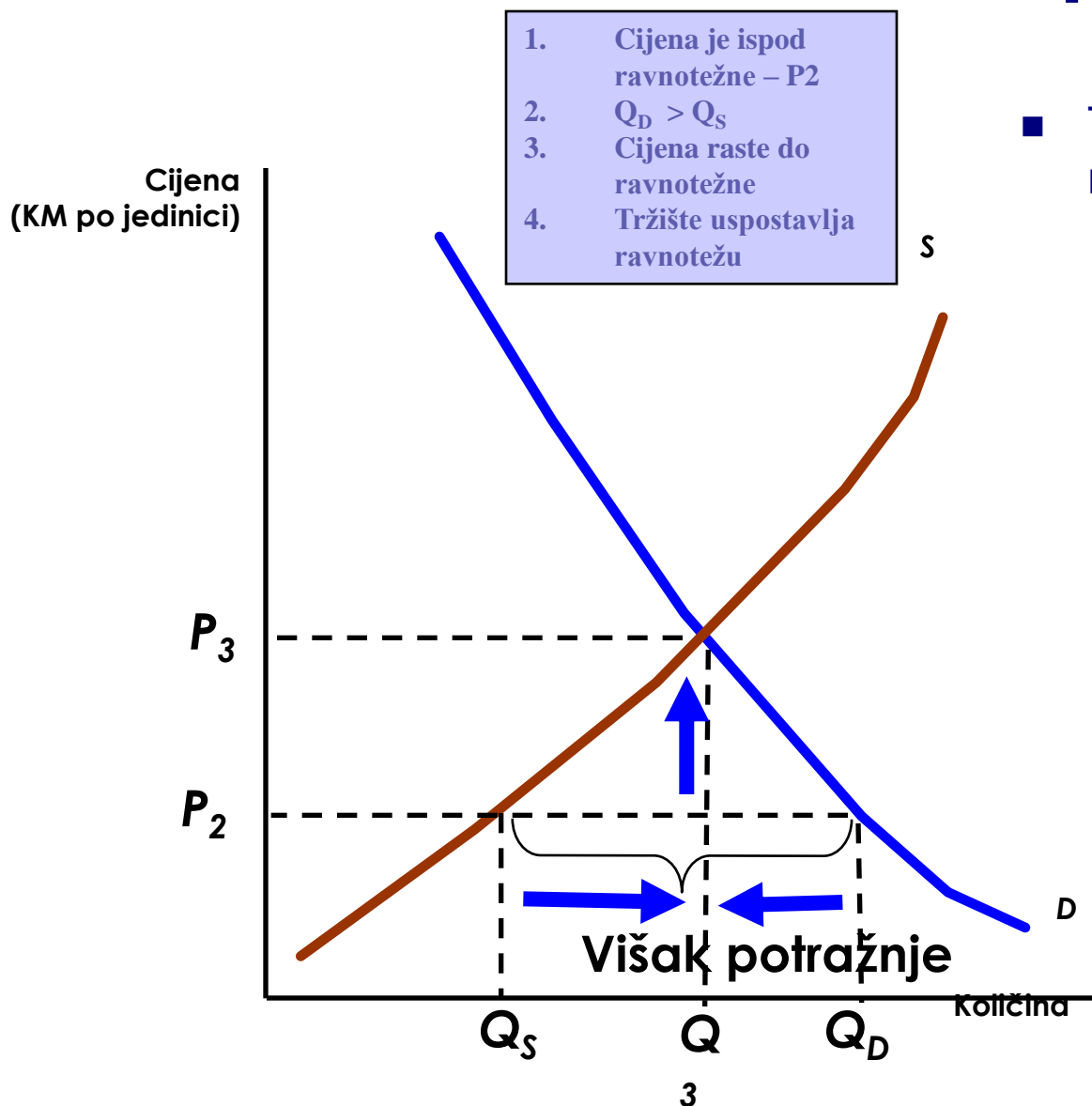
- U ravnoteži
 - Nema manjka ni viška potražnje
 - Nema viška ni manjka ponude
 - **Svi planovi o kupnji i prodaju pri datoj (ravnotežnoj) cijeni se mogu provesti**

Tržišni mehanizam- višk ponude



- Tržišna cijena je iznad ravnotežne
 - Pojavljuje se višak ponude
 - Pritisak cijene na dole
 - Potraživana količina raste a ponuđena količina se smanjuje
 - Tržište se prilagođava sve dok se ne uspostavi nova ravnoteža

Tržišni mehanizam-višk potražnje



- Tržišna cijena je ispod ravnotežne:
 - Pojavljuje se višk potražnje
 - Pritisak cijena na gore
 - Potraživana količina se smanjuje a ponuđena količina raste
 - Tržište se prilagođava sve dok se ne uspostavi ravnoteža

Tržišni mehanizam

- Ponuda i potražnja određuju ravnotežnu cijenu
- **Kada nije u ravnoteži, tržišni mehanizam će se prilagođavati sve dok ponovno ne uspostavi ravnotežu**
- Ovaj mehanizam efikasno djeluje samo na **konkurentskom** tržištu!

UNIVERZITET U TRAVNIKU

PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE – IV

FAKTORSKA TRŽIŠTA

Doc. dr. sc. Edin Arnaut

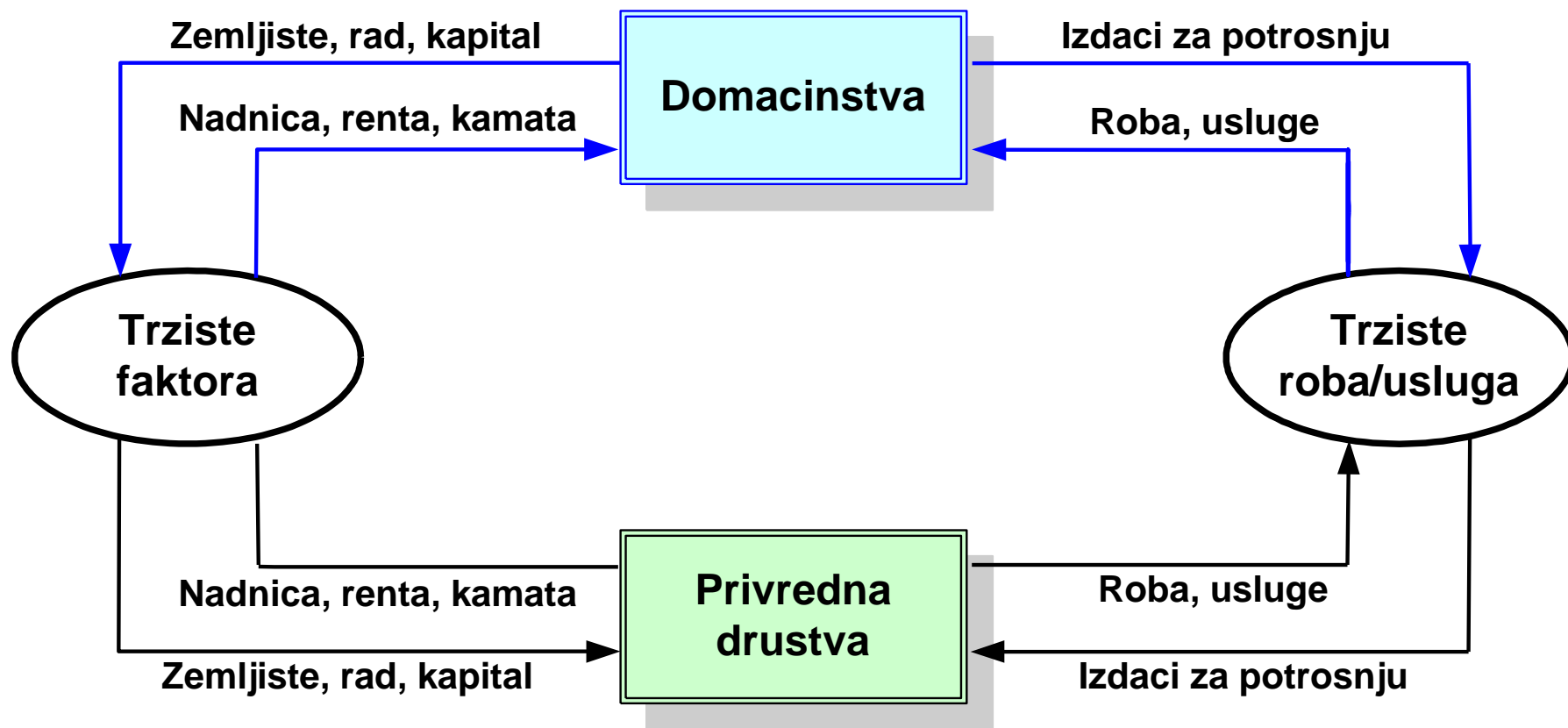
TRŽIŠTE FAKTORA PROIZVODNJE

- Tržište na kojem se prodaju i kupuju prirodni resursi, rad i kapital je tržište faktora proizvodnje.
- **Na ovom tržištu prodavci su domaćinstva a kupci privredna društva.**
- Određivanjem cijena faktora proizvodnje određuje se dio ukupno proizvedene vrijednosti koji pripada njihovim vlasnicima, odnosno vrši se funkcionalna distribucija dohotka, koja u najvećoj mjeri određuje i **personalnu distribuciju dohotka**.

Inputi proizvodnje

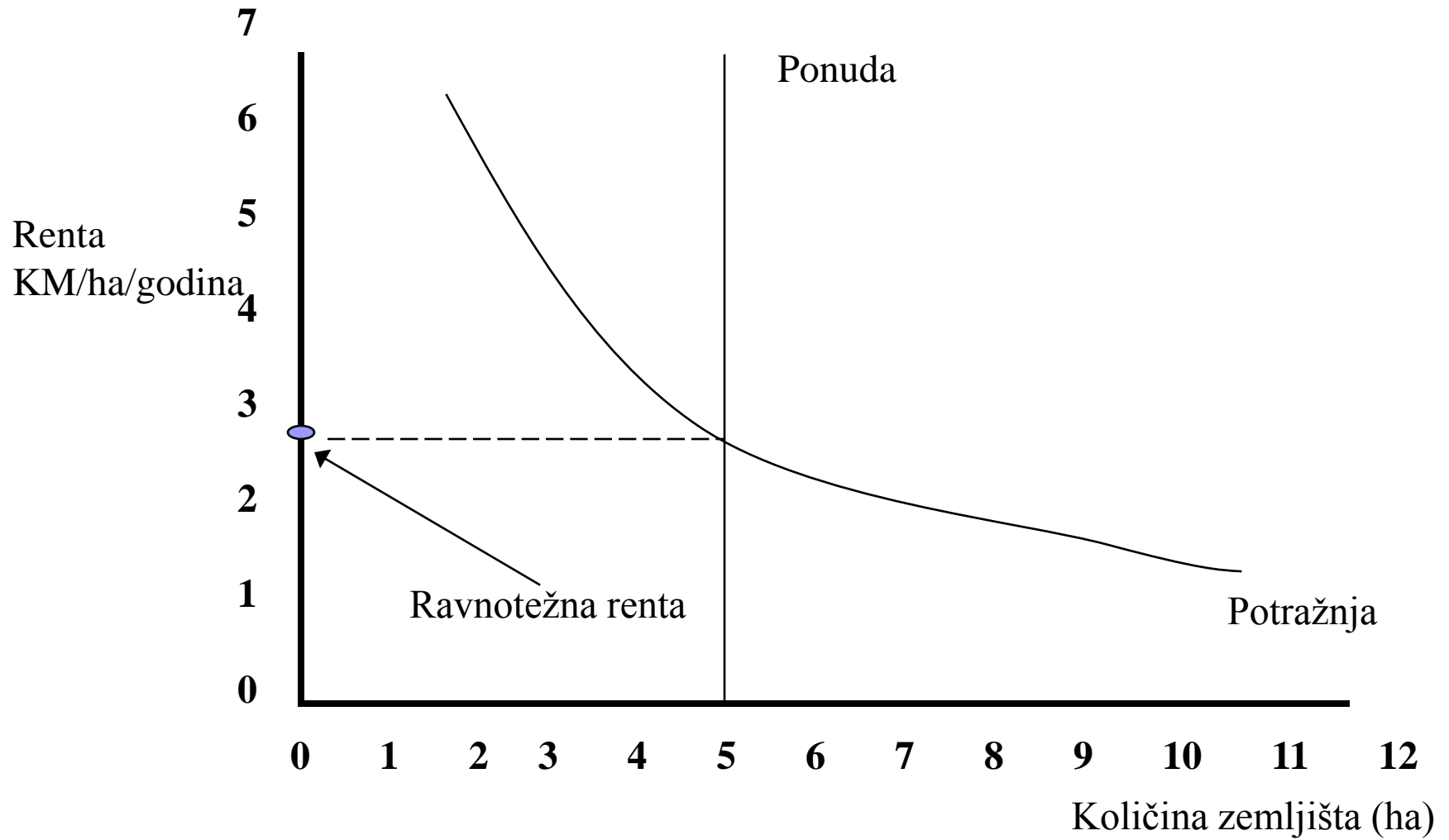
- **Fiksni inputi** – inputi čije količine nije jednostavno mijenjati sa promjenom obima proizvodnje (građevinski objekti, oprema ili visokospecijalizirana radna snaga)
- **Varijabilni inputi** – inputi čije količine je moguće brzo i jednostavno mijenjati (repromaterijal, energija ili broj sati rada)

Tržište roba/usluga i faktora proizvodnje



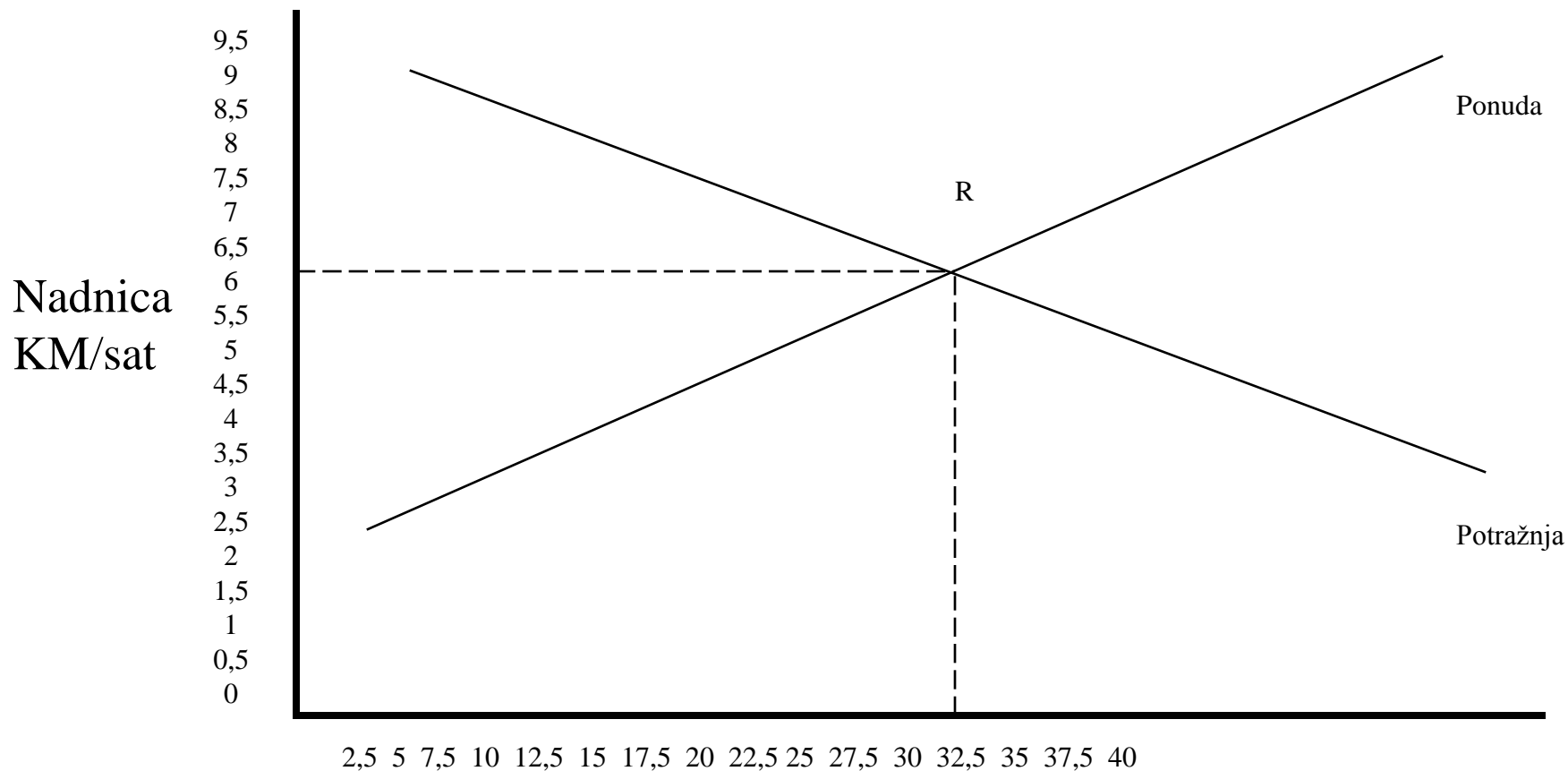
Ponuda i potražnja prirodnih resursa (zemljište, rad, kapital)

- Zemljište ima prirodne sposobnosti proizvodnje i uključuje prednost lokacije
- Najveća karakteristika-ograničenost
- Zbog toga je ponuda zemljišta u odnosu na cijenu savršeno neelastična (ne povećava/ ne smanjuje se sa povećanjem/ smanjenjem cijene)
- Prihod na osnovu vlasništva nad zemljom je čista ekonomska renta
- Renta se formira na mjestu presjeka ponude i potražnje



- Ponudu rada karakterizira individualna i organizovana
- Javlja se efekt supstitucije slobodnog vremena i korisnost kupovine dodatne količine robe/usluga povećanjem nadnice
- Povećanje nadnice utječe na smanjenje slobodnog vremena (poslodavac je spreman platiti veću satnicu za više rada, što dovodi do smanjenja slobodnog vremena radnika)
- Povećanje nadnice znači povećanje nominalnog dohotka, ali i realnog dohotka (uz uvjet da cijene ostanu iste)

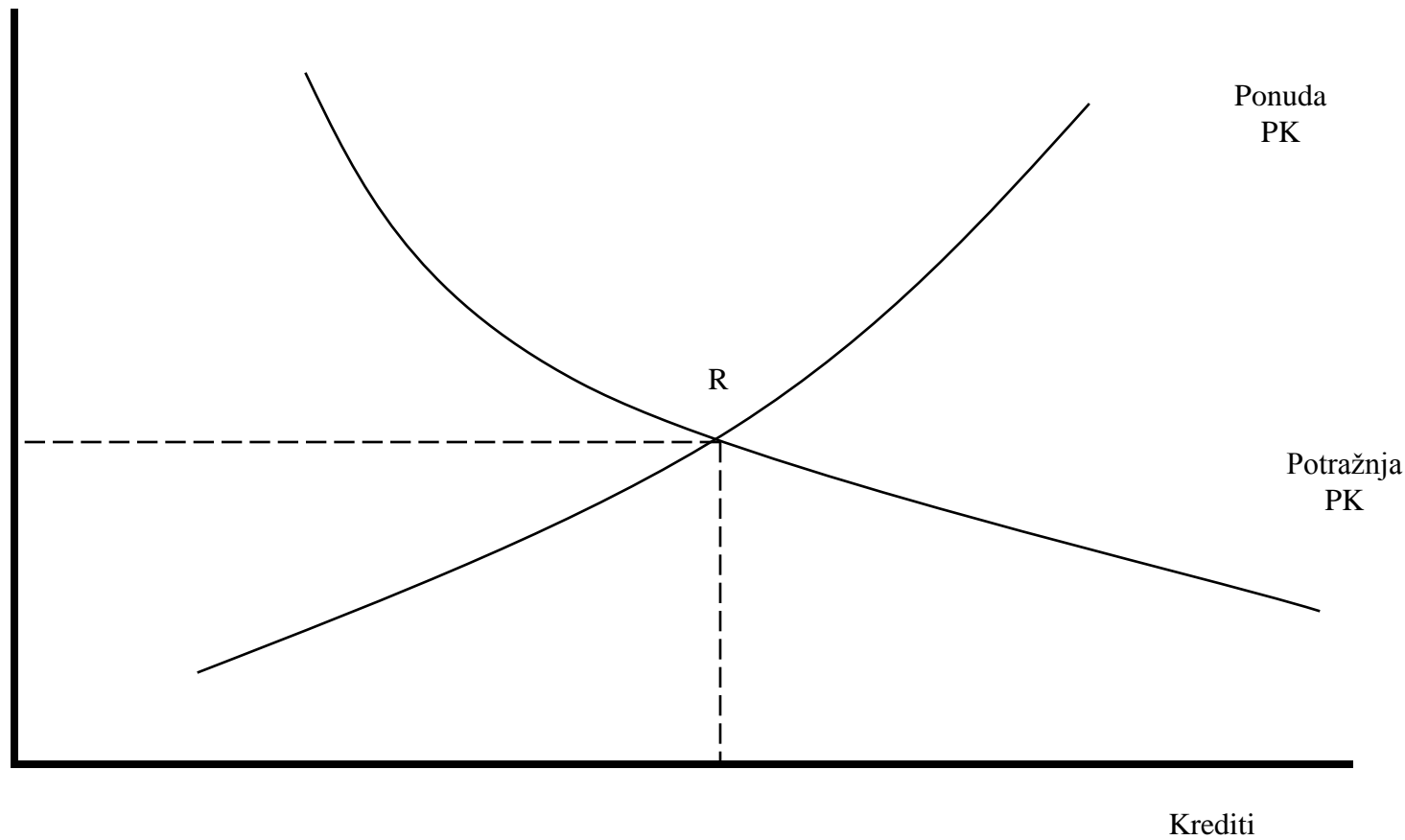
- Na tržištu rada vrijedi opći zakon ponude i potražnje:
količina i cijena se formira u sjecištu krivulja ponude i potražnje



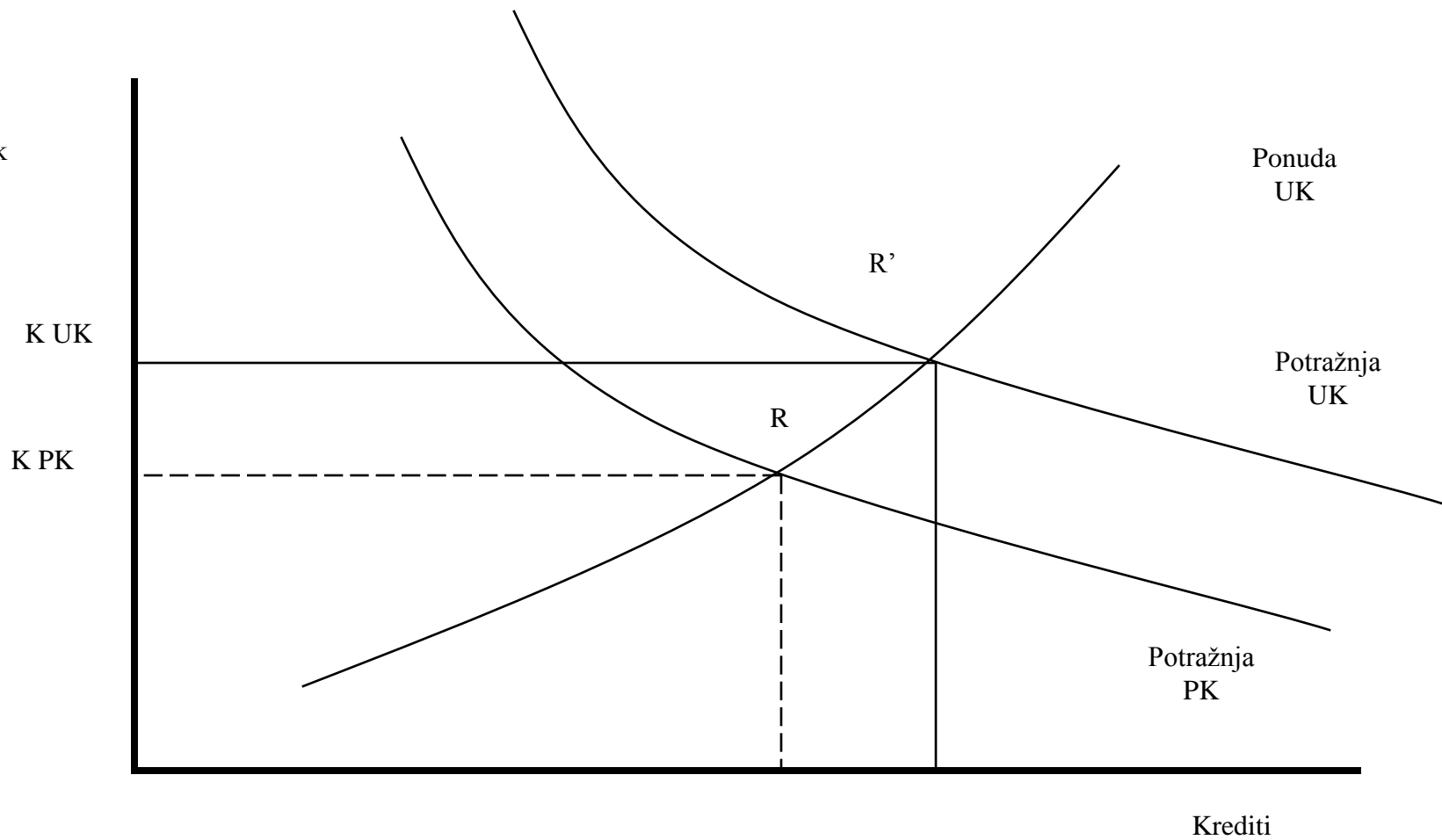
Broj zaposlenih (000)

- **Kapital** je imovina i/ili produktivno znanje koje se koristi za stvaranje nove vrijednosti
- Naknada vlasnicima za korištenje kapitala od strane drugih osoba je **kamata**
- Ravnoteža na tržištu potrošačkih kredita nastaje djelovanjem ponude i potražnje kredita, kod koje se najviše očituje klasična tržišna ravnoteža
- Štediša (koji imaju višak ušteđenog novca) su spremne ponuditi više kredita s povećanjem kamatne stope
- **Neto potrošači (korisnici kredita) će povećanjem kamatne stope najmanje tražiti kredita i obrnuto.**
- Investicijski kredit je onaj kredit kojim poduzeće/firma nabavlja novu opremu i time povećava svoju kapitalnu proizvodnju
- U ekonomiju, potrošački i investicijski krediti zajedno čine kredite
- **Potražnja investicijskih kredita je veća od potražnje potrošačkih kredita, što povećava ukupnu potražnju za kreditima i pomjera krivulju potražnje**
- **Analogno tome, na visinu kamatne stope na tržištu kredita presudan utjecaj ima potražnja za investicijskim kreditima**

Kamatnjak



Kamatnjak



Cijena kao element tržišne privrede

- **Cijena** se definiše kao novčani izraz vrijednosti robe (vrijednost robe izražena u novcu) ili kao „stopa“ razmjene jednog dobra za novac, što onda znači da je cijena, jednostavno, količina novca koja se traži – nudi za prodaju – kupovinu neke robe.
- **Cijena proizvodnje** tretira se kao preobraženi oblik vrijednosti robe koji se, po svojoj strukturi, sastoji iz *cijene koštanja* (ukupni zbir troškova njene proizvodnje) i prosječnog profita.

PROIZVODNJA, TROŠKOVI I DOBIT

- **Eksplicitni troškovi** – troškovi koje privredno društvo plaća osobama koje nemaju vlasničke interese u društvu (troškovi rada, repromaterijala, transporta, osiguranja i sl.)
- **Implicitni troškovi** – iznosi koje bismo mogli ostvariti zapošljavanjem izvan društva resursa koji pripadaju samom društvu ili osobama koje imaju vlasničke interese u društvu (na primjer, društvo koje koristi zgradu koja je u njegovom vlasništvu zanemaruje mogućnost njenog izdavanja pod zakup).
- **Maksimizacija dohotka**-cilj svakog privrednog subjekta koji se postiže ako se ima u vidu sljedeće:
 - 1) količinu koje će proizvoditi kupovinom jedinice faktora
 - 2) prihod od prodaje robe/usluga
 - 3) troškove kupovine faktora proizvodnje
- Izražava se jednačbom: **MTF=MPP**
- **MTF**-marginalni trošak faktora, **MPP**- marginalni prihod proizvoda

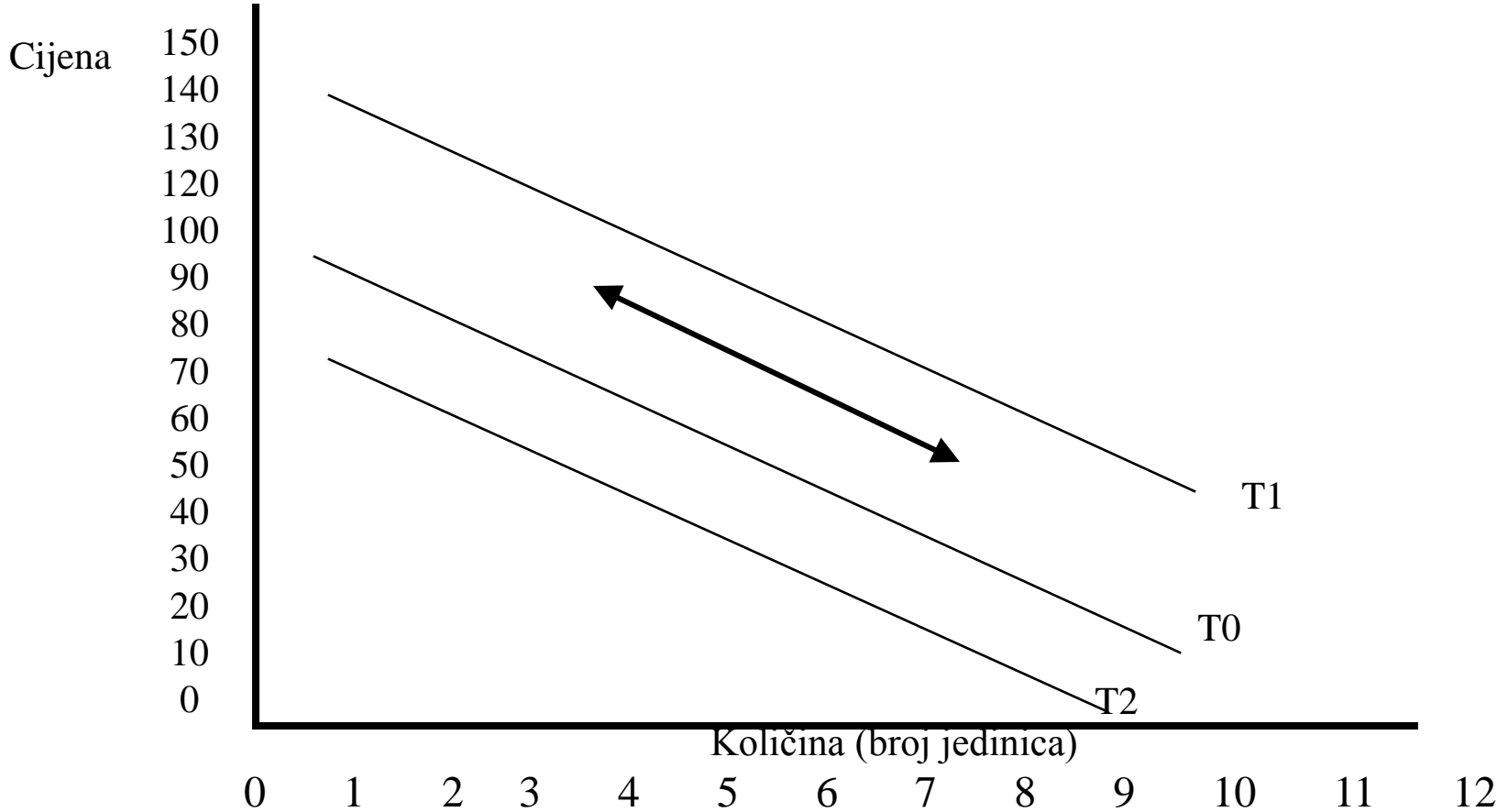
- **Povećanjem količine faktora dolazi do smanjenja gubitka**
- **Angažiranjem desete jedinice faktora prelazi se iz zone gubitka u zonu dobitka**
- **Dobit se nakon toga konstantno povećava do svog maksimuma (20 KM) u 15. i 16. jedinici proizvoda gdje je ispunjen uvjet $MTF=MPP$**
- **Angažiranjem dodatnih jedinica faktora proizvodnje dovodi do smanjenja dobiti**

Količina faktora	Marginalni Prihod proizvoda	Marginalni Trošak faktora	Troškovi Faktora (1. x 3.)	Fiksni troškovi	Ukupni Troškovi (4. + 5.)	Ukupni prihod	Dobit (7. – 6.)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	20	5	5	100	105	20	-85
2	19	5	10	100	110	39	-71
3	18	5	15	100	115	57	-58
4	17	5	20	100	120	74	-46
5	16	5	25	100	125	90	-35
6	15	5	30	100	130	105	-25
7	14	5	35	100	135	119	-16
8	13	5	40	100	140	132	-8
9	12	5	45	100	145	144	-1
10	11	5	50	100	150	155	5
11	10	5	55	100	155	165	10
12	9	5	60	100	160	174	14
13	8	5	65	100	165	182	17
14	7	5	70	100	170	189	19
15	6	5	75	100	175	195	20
16	5	5	80	100	180	200	20
17	4	5	85	100	185	204	19
18	3	5	90	100	190	207	17
19	2	5	95	100	195	209	14
20	1	5	100	100	200	210	10

TROŠKOVI

- S vremenskog aspekta, razlikujemo kratkoročne i dugoročne troškove
- S aspekta stalnosti razlikujemo fiksne (uvijek isti) i varijabilne (povećavaju se ili smanjuju)
- Apsolutno fiksni su oni koji su uvijek isti, a relativno fiksni su oni koji se nekad promjene
- S obzirom na povećanje ili smanjenje obujma poslovanja, razlikujemo progresivne (rastu brže od rasta obujma poslovanja) i degresivne (rastu sporije od obujma poslovanja).
- Funkcija marginalnog prihoda je istovremeno i funkcija potražnje faktora proizvodnje (zemlja, rad, kapital)
- Zbroj funkcija potražnje pojedinačnih privrednih subjekata (poduzeća) čini agregatnu funkciju potražnje faktora proizvodnje (potražnja zemljišta- nastala iz potražnje za hranom, kućama i dr. Objektima, potražnja rada stomatologa- nastala iz potražnje za njegovim uslugama)
- Zbog promjene ekonomskih uvjeta/uslova dolazi do promjene potražnje faktora proizvodnje, kao i potražnje bilo koje robe ili usluga.

Promjena cijene faktora uz nepromijenjene ostale uvjete/uslove, dovodi do promjene u količini potražnje (pravac T0 i kretanje duž strelice u oba smjera). Promjena ekonomskih uvjeta/uslova, dovode do pomjeranja funkcije potražnje (iz T0 u T1 ili T2). Na to pomjeranje utječe 3 grupe faktora: 1) Povećanje/smanjenje potražnje za proizvodima 2) Promjena cijene faktora proizvodnje koji se koristi u kombinaciji sa drugim faktorom proizvodnje 3) Promjene u tehnologiji koje povećavaju marginalnu fizičku produktivnost faktora



UNIVERZITET U TRAVNIKU
PRAVNI FAKULTET

POGLAVLJE - V
KORISNOST ,TRAŽNJA I
PONAŠANJE POTROŠAČA

TEORIJA MARGINALNE KORISNOSTI
TEORIJA INDIFERENCIJE
TEORIJA OTKRIVENE PREFERENCIJE

Doc. dr. sc. Edin Arnaut