



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

Радна недеља	Тематска целина		Циљ
4	4. Основни елементи тржишне економије		СТИЦАЊЕ ЗНАЊА О ОСНОВАМА ТРАЖЊЕ И ПОНУДЕ РОБА И УСЛУГА.
	Тематска јединица	4.1 Тражња: дефиниција и врсте; обим и структура тражње; скала, крива и функција тражње; еластичност тражње	Студент ће бити способан да разуме, препозна и репродукује знања о тражњи: дефиниција и врсте; обим и структура тражње; скала, крива и функција тражње; еластичност тражње
		4.2 Понуда: дефиниција и врсте; скала, крива и функција понуде; еластичност понуде	Студент ће бити способан да разуме, препозна и репродукује знања о понуди: дефиниција и врсте; скала, крива и функција понуде; еластичност понуде

НАСТАВНИ МЕТОД: ПРЕДАВАЊЕ

Радна недеља	Тематска целина		Циљ
4	4. Основни елементи тржишне економије		СТИЦАЊЕ ЗНАЊА О ОСНОВАМА ТРАЖЊЕ И ПОНУДЕ РОБА И УСЛУГА.
	Тематска јединица	4.3 Тржишна равнотежа и анализа благостања	Студент ће бити способан да разуме, препозна и репродукује знања о тржишној равнотежи и анализи благостања, дефиниција тржишне равнотеже, потрошачев вишал и произвођачев вишак

НАСТАВНИ МЕТОД: ПРЕДАВАЊЕ

OSNOVNI ELEMENTI TRŽIŠNE EKONOMIJE

Prof. dr Dragana Kragulj
Fakultet organizacionih nauka
Univerzitet u Beogradu



- Zakon ponude i tražnje je zakon proizvodnje i potrošnje u određenom vremenu i na određenom tržištu.
- Ponuda
- Tražnja
- Bitni elementi ponude i tražnje:
 - količina i
 - cena.



- Gledište proizvođača

- Odgovarajuća je ona količina proizvoda koju on može da proizvede raspoloživim činiocima proizvodnje uz najmanji utrošak ukupnog rada po jedinici proizvoda.
 - To je optimalna količina.
- Odgovarajuća je ona cena proizvoda koja mu nadoknađuje sve troškove oko plaćanja faktora proizvodnje i obezbeđuje zaradu iznad tih troškova koja ga izjednačava sa istim takvim proizvođačem.



- Gledište potrošača

- Odgovarajuća je ona količina proizvoda date vrste koju on može da kupi da bi zadovoljio svoje uobičajene potrebe.
 - Nivo potrošnje zavisi od:
 - Potrošačevog izbora
 - Promene cene roba
 - Promene realnog dohotka potrošača
- Odgovarajuća je ona cena proizvoda po kojoj on može da kupi odgovarajuću količinu proizvoda.

Vrste tražnje

- Sa aspekta veličine tržišta
 - lokalna
 - nacionalna
 - svetska
- Vremenski kriterijum
 - dnevna,
 - nedeljna
 - mesečna
 - godišnja
- Subjekti
 - pojedinačna
 - tražnja privredne grane
 - ukupna tražnja celog društva
- Namena
 - tražnja za proizvodnim dobrima
 - Sredstva za rad i predmeti rada
 - tražnja za potrošnim dobrima
 - nužna dobra
 - luksuzna dobra
 - trajna dobra
- Prostor
 - domaća
 - inostrana

- **Platežno sposobna tražnja**

- Količina proizvoda koju potrošači mogu da kupe po datim cenama.
 - Mogućnost potrošača da kupe određenu količinu proizvoda po datim cenama.

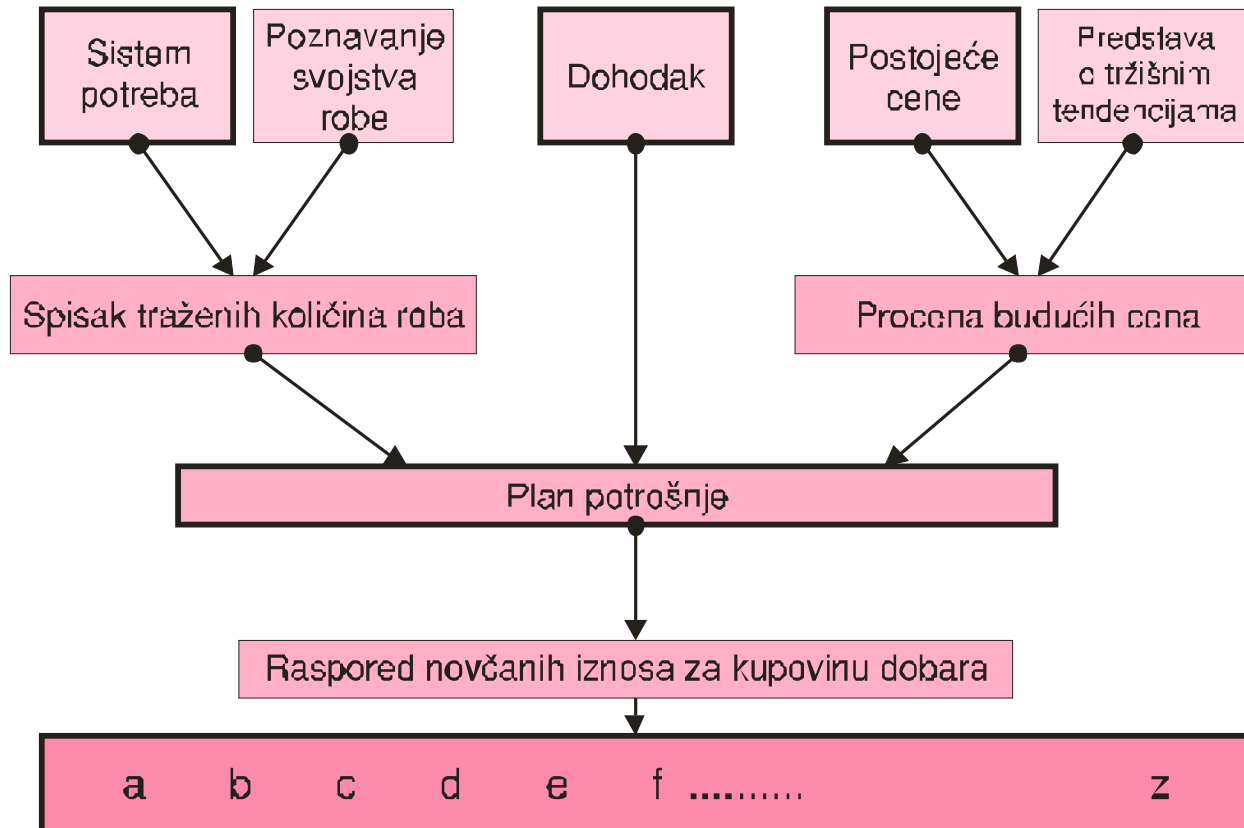
- **Efektivna tražnja**

- Količina proizvoda koju će potrošači stvarno tražiti i kupiti u datom vremenu.



- Faktori koji deluju na obim i strukturu tražnje su:
 1. Sistem potreba
 2. Dohodak
 3. Cene.

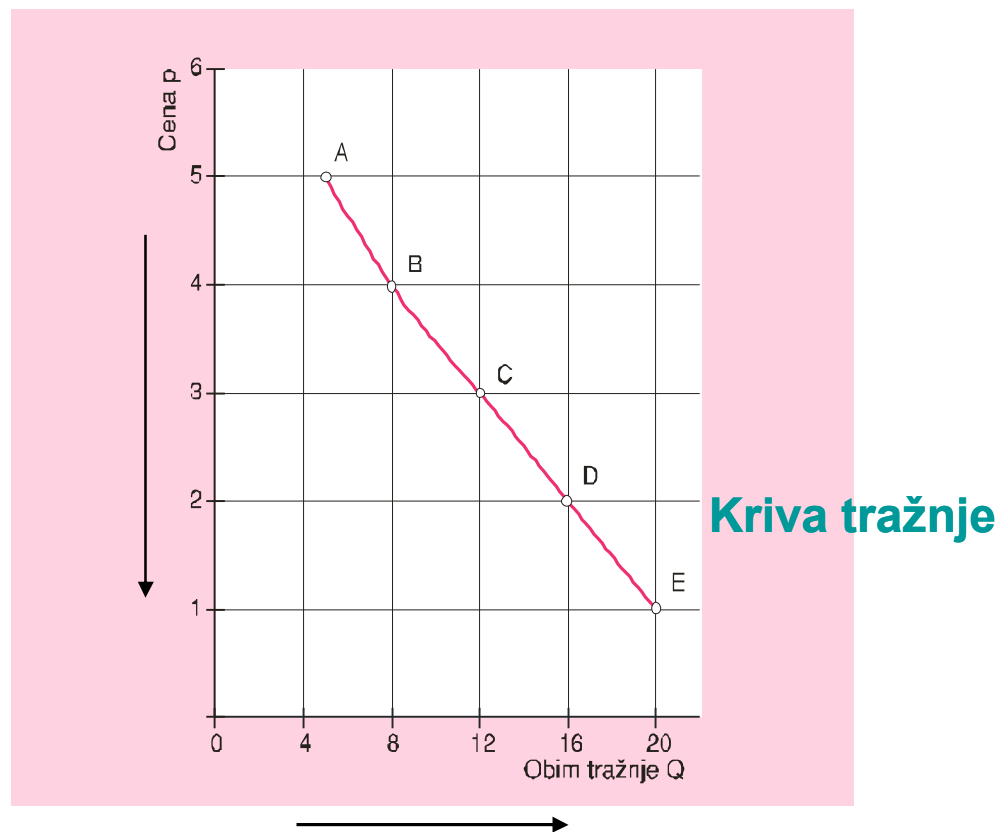
Tražnja: definicija i vrste; obim i struktura tražnje; skala, kriva i funkcija tražnje; elastičnost tražnje



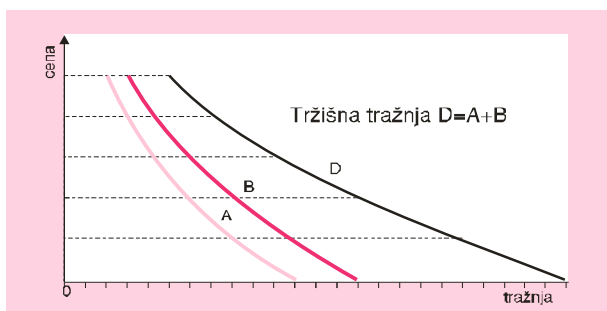
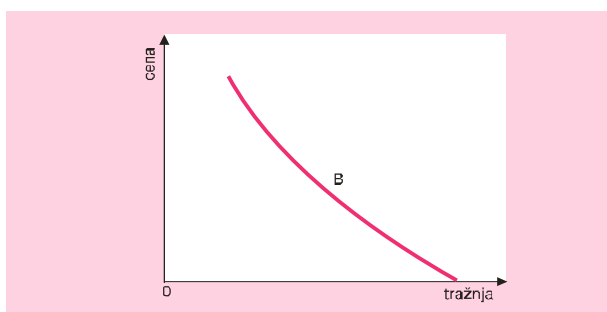
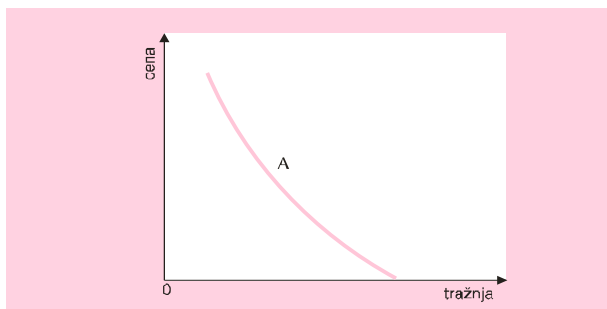
- Međusobni odnos cene i tražnje može se izraziti:
 - tabelarno (skala tražnje)
 - grafički u koordinatnom sistemu (kriva tražnje)
 - putem algebarske funkcije.

<i>Skala tražnje</i>		
Situacija	Cena	Obim tražnje (količina)
A	5	5
B	4	8
C	3	12
D	2	16
E	1	20

1. Smanjenje cene...



2. Povećava količinu tražnje.



- Zbir svih individualnih tražnji za određenim proizvodom ili uslugom prikazuje tzv. **tržišnu tražnju**.
- Kriva tržišne tražnje se dobija kada se krive individualnih tražnji **saberu horizontalno**.



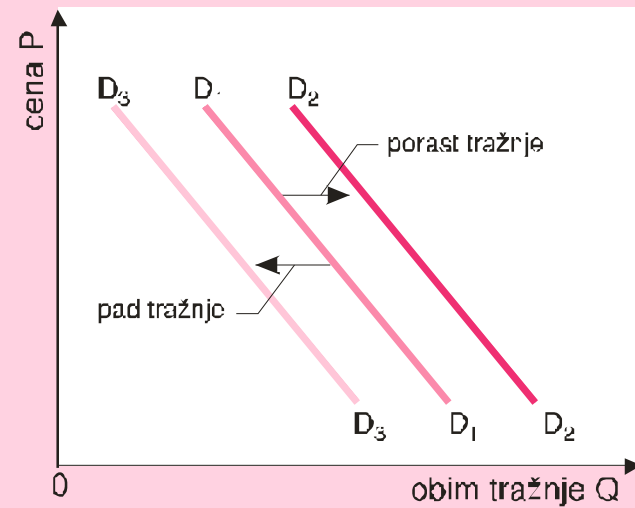
- Odnos između tržišne cene i tražene količine proizvoda može se izraziti i preko **algebarske funkcije**.
- Opšti zakon tražnje prikazuje tražnju kao funkciju cene, ali i ostalih varijabli od kojih ona zavisi.
 1. Kurno-Maršalov zakon
 2. Valrasov zakon
 3. Hiks-Alenov zakon
 4. Mur-Šulcov zakon



Najvažnije promenljive veličine koje utiču na pomeranje krive tražnje su:

- *dohodak,*
- *cene roba supstituta i komplementarnih dobara,*
- *ukusi,*
- *očekivanja,*
- *broj kupaca itd.*

Tražnja: definicija i vrste; obim i struktura tražnje; skala, kriva i funkcija tražnje; elastičnost tražnje





- Tražnja za nekim dobrom zavisi od njegove cene i od dohotka potrošača.
- Koliko je osetljiva tražnja na promenu cena?
 - Ako cene porastu za 10%, za koliko će se promeniti količina tražnje?
- Za koliko će se promeniti tražnja ako dohodak poraste za 5%?
- Teorija elastičnosti tražnje



- Direktna elastičnost se meri preko koeficijenta elastičnosti.
- Koeficijent elastičnosti
 - Odnos između procentualne promene u količini tražene robe (zavisna promenljiva) i procentualne promene cene tražne robe (nezavisno promenljiva).

$$E_{dx} = \frac{\% \text{ promena količ tražnje neke robe}}{\% \text{ promena visine cene iste robe}}$$

$$E_{dx} = \frac{\Delta Q_{dx}}{Q_{dx}} \cdot \frac{\Delta p_x}{p_x} = \frac{\Delta Q_{dx} p_x}{\Delta p_x Q_{dx}} \begin{matrix} \geq 1 \\ < \end{matrix}$$

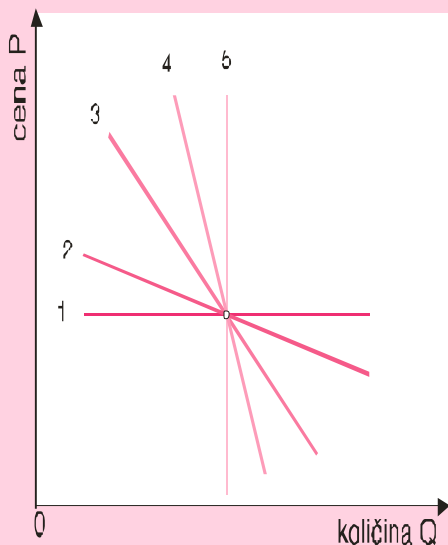
E_{dx} – koeficijent direktne elastičnosti tražnje u odnosu na cenu

Q_{dx} – početna količina tražnje robe x

ΔQ_{dx} – promena u obimu tražnje robe x

p_x – tržišna cena robe x

Δp_x – promena u tržišnoj ceni robe x



- 11 – savršeno elastična tražnja;
- 22 – elastična tražnja;
- 33 – jedinična elastičnost tražnje;
- 44 – neelastična tražnja;
- 55 – savršeno neelastična tražnja.



- *Unakrsna elastičnost tražnje* pokazuje kako tražnja za jednom vrstom robe reaguje na promenu cene neke druge robe.
- Meri se koeficijentom unakrsne elastičnosti
 - koji se dobija kada se relativna promena tražene količine jednog proizvoda stavi u odnos sa relativnom promenom cene drugog proizvoda.

$$E_{dx/y} = \frac{\% \text{ promena količ tražnje robe } x}{\% \text{ promena visine cene robe } y}$$

- $E_{dx/y} = 0$

Na tražnju robe x ne utiče promena cena robe y.

- $E_{dx/y} > 0$

Robe supstituti (konkurentne robe)
Zadovoljavaju istu čovekovu potrebu.
Originali i surogati

- $E_{dx/y} < 0$

Komplementarna (dopunjujuća) dobra
Ne mogu se trošiti nezavisno jedno od drugog.

Dohodovna elastičnost tražnje

- Odnos između relativne promene tražene količine neke robe i relativne promene realnog dohotka.

$$E_{dx/D} = \frac{\% \text{ promena količ tražnje neke robe}}{\% \text{ promena dohotka stanovništva}}$$



- **Prvi Engelov zakon:** što je dohodak veći to je procentualno učešće izdataka (troškova) za ishranu u ukupnom dohotku manje, i obratno.
- **Drugi Engelov zakon:** udeo izdataka (troškova) za odeću u ukupnom dohotku ostaje aproksimativno isti bez obzira na visinu dohotka.
- **Treći Engelov zakon:** udeo izdataka (troškova) za stanovanje, ogrev i osvetljenje ostaje aproksimativno isti bez obzira na kretanje dohotka.
- **Četvrti Engelov zakon:** što je dohodak veći to je procentualno učešće izdataka (troškova) za higijenu, kulturu, sport, putovanja i sl. u ukupnom dohotku veće.

Koeficijent međuzavisnosti cena

- Dobra

- Supstituti

- $E_{py/px} > 0$
 - Cena robe x raste, tražnja za tom robom opada, tražnja za robom y raste, cena robe y raste. I obratno.



- Komplementari

- $E_{py/px} < 0$
 - Cena robe x raste, tražnja za tom robom opada, tražnja za robom y opada, cena robe y opada. I obratno.





Vrste ponude

- Sa aspekta tržišta
 - lokalna
 - nacionalna
 - svetska
- Vremenski kriterijum
 - dnevna,
 - nedeljna
 - mesečna
 - godišnja
- Subjekti
 - jednog preduzeća
 - privredne grane
 - ukupna agregatna ponuda AS
- Broj prodavaca
 - konkurentna
 - oligopolska
 - monopolska
- Namena
 - ponuda sredstava za proizvodnju
 - ponuda finalnih potrošnih dobara
- Fiksna i varijabilna ponuda

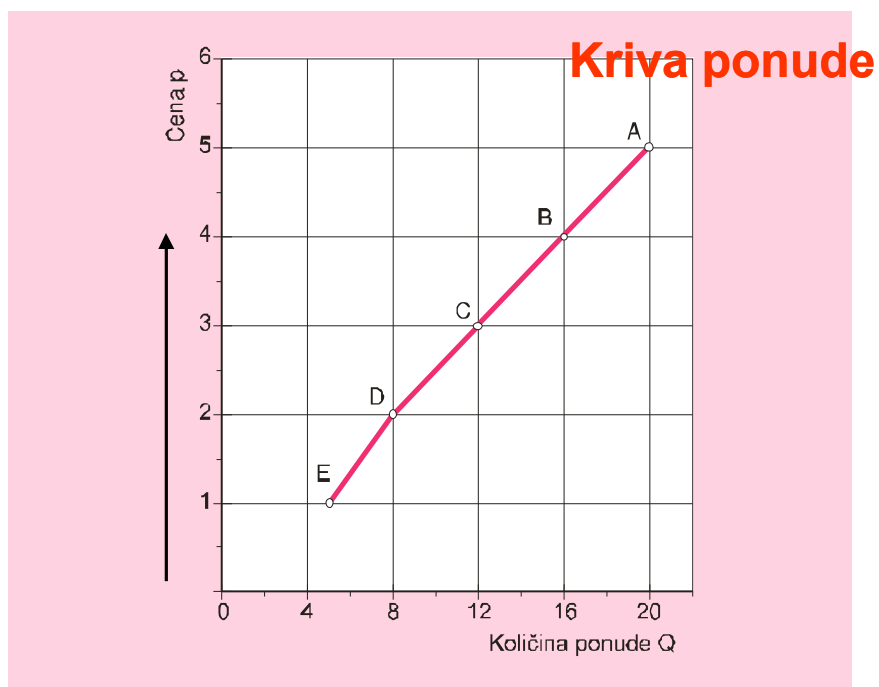


- Obim i struktura ponude zavisi od:
 - obima i strukture društvenog proizvoda,
 - stepena robnosti privrede,
 - cena i troškovi proizvodnje.



- Međusobni odnos cene i ponude može se izraziti:
 - tabelarno (skala ponude),
 - grafički u koordinatnom sistemu (kriva ponude),
 - putem algebarske funkcije.

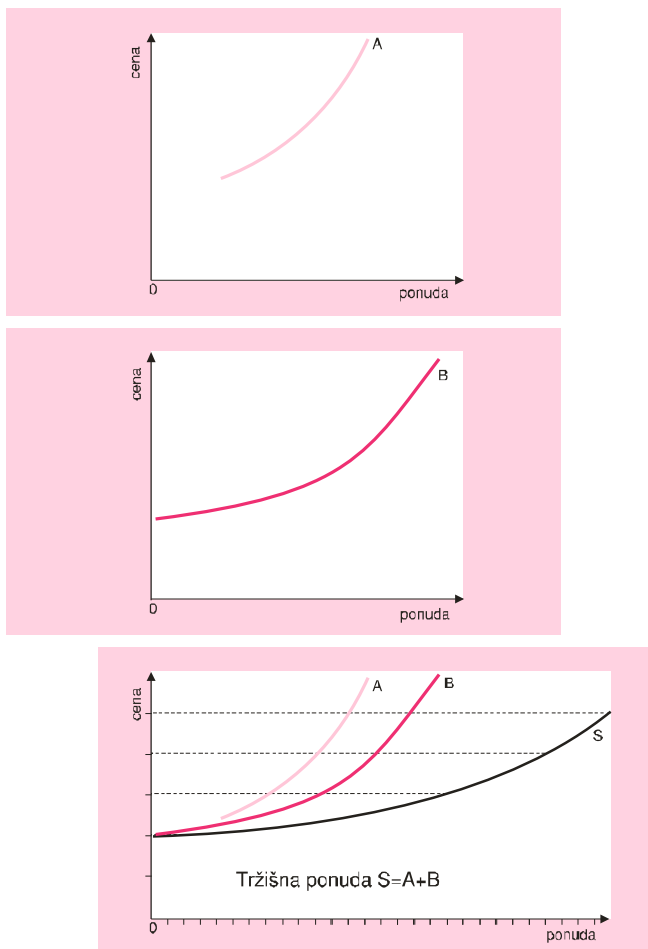
1. Povećanje cena...



<i>Skala ponude</i>		
Situacija	Cena	Obim ponude (količina)
A	5	20
B	4	16
C	3	12
D	2	8
E	1	5



2. Povećava količinu ponude.

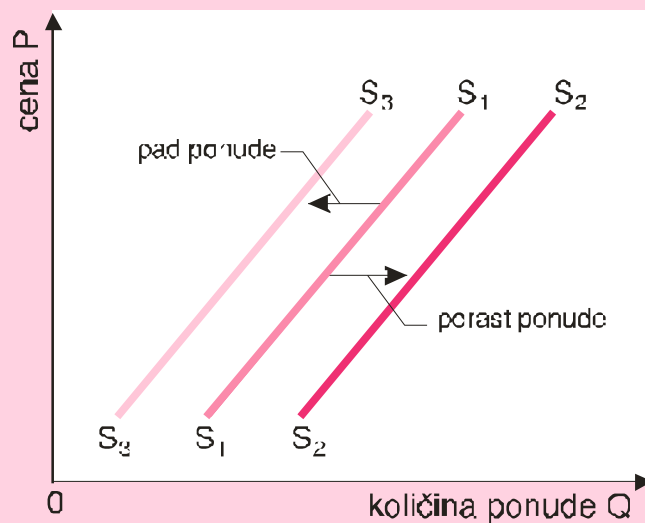


- Zbir svih individualnih ponuda, tj. zbir svih ponuda jednog proizvoda predstavlja **tržišnu ponudu**.
- Kriva tržišne ponude dobija se **horizontalnim sabiranjem kriva individualnih ponuda**.



- U slučaju promene cene nekog dobra menja se i njegova ponuda, što uslovljava **kretanje duž krive ponude**.
- Ali, postoje druge promenljive veličine koje utiču na pomeranje krive ponude **udesno ili ulevo**, kao na primer:
 - *cene inputa,*
 - *tehnologija,*
 - *očekivanja,*
 - *broj prodavaca i dr.*

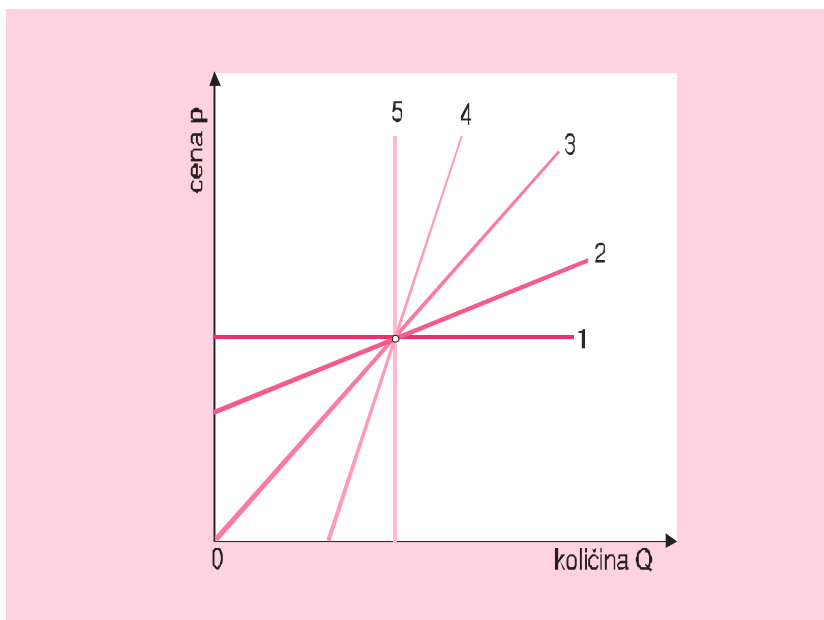
Ponuda: definicija i vrste; skala, kriva i funkcija ponude; elastičnost ponude



- Elastičnost ponude
 - Promena ponude u odnosu na promenu cene

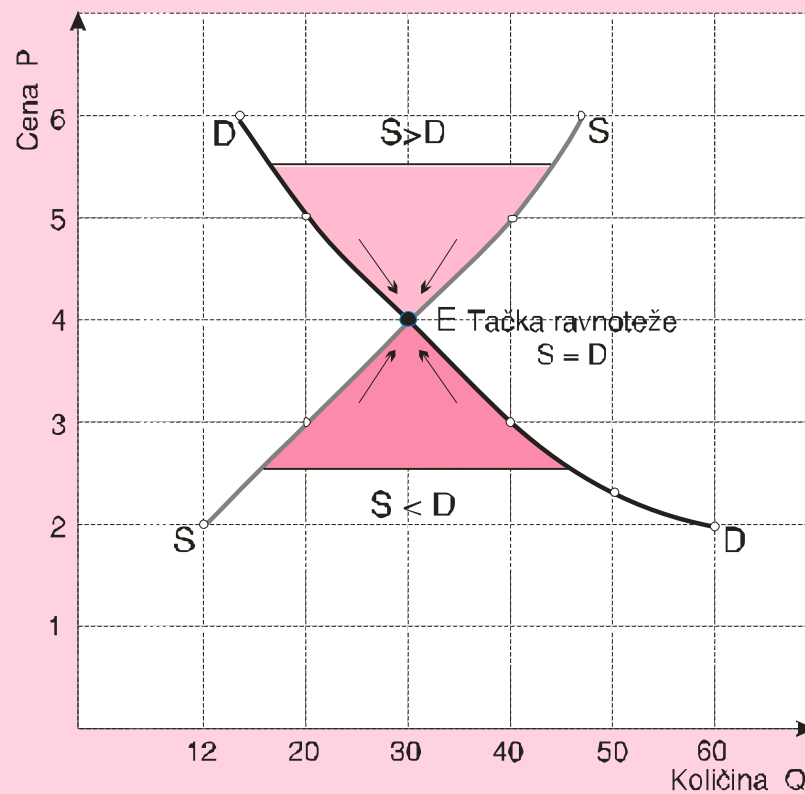
$$E_{sx} = \frac{\% \text{ promena količ ponud. robe } x}{\% \text{ promena cene robe } x}$$

$$E_{sx} = \frac{\Delta Q_{sx}}{Q_{sx}} : \frac{\Delta p_x}{p_x} = \frac{\Delta Q_{sx} p_x}{\Delta p_x Q_{sx}} \begin{matrix} < \\ > \end{matrix} 1$$



- 11 – savršeno elastična ponuda;
- 22 – elastična ponuda;
- 33 – jedinična elastičnost ponude;
- 44 – neelastična ponuda;
- 55 – savršeno neelastična ponuda.

Tržišna ravnoteža





- **Potrošačev višak** je razlika između maksimalne cene koju su kupci spremni da plate i cene koju zapravo moraju da plate za određeno dobro.
- **Proizvođačev višak** se izračunava tako što se od prodajne cene oduzmu troškovi proizvodnje.
- **Ukupne neto koristi od tržišta (tj. ukupni višak)** je zbir potrošačevog i proizvođačevog viška.



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА