

Osnovni ekonomski pojmovi i proces reprodukcije

Izv.prof.dr.sc. Ivana Šandrk Nukić

Ekonomija

= **Ekonomija** (*dolazi od grčke riječi Oikonomia; oikos - kuća, nomos - zakon*) je znanstvena disciplina koja proučava kako društva upotrebljavaju **oskudne resurse** da bi proizvela određena dobra i usluge i raspodijelila ih među ljudima.

Dvije ključne zamisli u ekonomiji:

- Prvo: **Sva su dobra oskudna**. Ne postoji način da neka zemlja može proizvoditi beskonačne količine dobara. Iz toga proizlazi da bez obzira na to koliko ekonomija neke zemlje bila razvijena ona ne proizvodi dovoljno da bi mogla zadovoljiti sve želje svojih stanovnika.
- Pošto su želje neograničene, a dobra ograničena, ekonomija mora pronaći način da **dobra proizvodi na najefikasniji mogući način**. Efikasnost je, dakle, druga bitna odrednica suvremenih ekonomija.

Temeljna ekonomska pitanja

- Iz ove dvije zamisli se javljaju tri temeljna pitanja u ekonomiji. To su "što", "kako" i "za koga" (proizvoditi).
- Odnosno, svako društvo mora izabrati koje će robe proizvoditi, na koji način (više ili manje efikasno) i kako će dobra biti raspodijeljena.
- Ta tri problema su centralni problemi oko kojih se vrti ekonomija bilo kojeg društva u svijetu.

Tržište

= mjesto susreta ponude i potražnje

= organiziran oblik dovođenja u kontakt onih što prodaju s
onima što kupuju određene robe i usluge

Mikroekonomija

- *EKONOMIJA IMA DVA GLAVNA PODRUČJA IZUČAVANJA:*
mikroekonomiju i makroekonomiju.
- **Mikroekonomija** potječe od grčkih riječi micros (mali) i oikonomia (privreda), ona proučava pojedinačne privredne subjekte (domaćinstva i poduzeća).
- Mikroekonomija se sastoji od brojnih disciplina kao npr. Marketing, Management, Računovodstvo, Poslovna organizacija, itd.

Makroekonomija

- **Makroekonomija** potječe od grčkih riječi macros (veliki) i oikonomia (privreda), što znači da proučava ekonomske agregatne veličine.
- To znači da proučava gospodarstvo u cjelini, na razini cijele države ili šire (regionalno, globalno).
Unutar toga proučava pojave kao što su: inflacija, nezaposlenost, poslovni ciklusi itd.

Modelski pristup

Dva osnovna ekonomska subjekta u mikroekonomiji su **potrošač** i **proizvođač** te se ekonomske zakonitosti proučavaju kroz analizu njihova ponašanja.

Ponašanje se proučava kroz formuliranje i testiranje ekonomskih modela – postupak prema kojem se *na temelju niza pretpostavki konstruira model stvarne gospodarske situacije te donose zaključci*

Model ponašanja potrošača

Model ponašanja potrošača *pretpostavlja*:

- Potrošač ima fiksiran dohodak
- Potrošač svoje potrebe zadovoljava kupujući n dobara i usluga
- Potrošač u danom razdoblju troši cjelokupan svoj dohodak

Cilj potrošača: maksimizirati korisnost u granicama raspoloživog dohotka

Svrha modela: odgovoriti na pitanje kako će potrošač alocirati svoj dohodak

Model ponašanja proizvođača

- **Pretpostavke modela:**
 - proizvodi se n proizvoda, od kojih svaki nosi određenu količinu troškova
 - na cijenu proizvođač ne može utjecati
 - ukupni prihod proizvođača jednak je umnošku količine proizvedenih proizvoda s cijenom
- **Svrha modela:** utvrditi kako se ponaša racionalan gospodarstvenik
- **Cilj proizvođača:** kratkoročno, to je maksimizacija profita odnosno pozitivne razlike između ukupnog prihoda i ukupnih troškova; dugoročno, cilj poduzeća je rast

Problem ravnoteže

= *jedan od središnjih problema u ekonomiji*

- RAVNOTEŽA je stanje u kojem uz postojeće ekonomske uvjete subjekti nemaju razlog za mijenjanje tog stanja, jer u njemu na najbolji mogući način ostvaruju svoj cilj:
- Tržišna ravnoteža se postiže pri količini proizvodnje i prodajnim cijenama proizvoda pri kojima proizvođač maksimira svoj profit, a potrošač maksimira korisnost.
- Parcijalna ravnoteža – pojedini subjekt ili tržište
- Opća ravnoteža – sva tržišta i subjekti istovremeno

Optimizacija

= optimalna alokacija resursa u situaciji kad su želje neograničene, a resursi ograničeni

Optimizacija je preduvjet tržišne ravnoteže



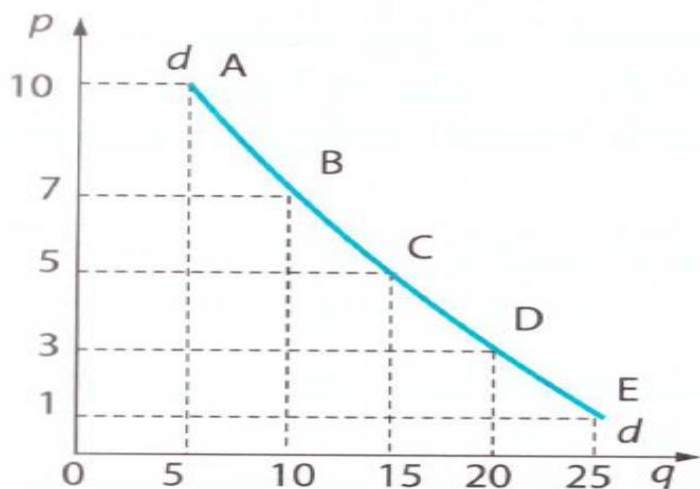
Najbolja je ona alokacija resursa koja maksimira ciljeve i potrošača i proizvođača

POTRAŽNJA

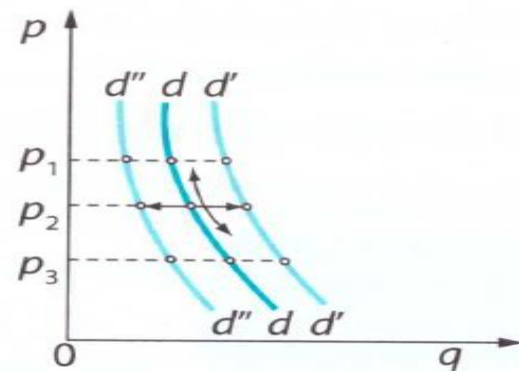
Pojam

- **POTRAŽNJA** pokazuje **NABAVNU SPREMNOST** kupaca da kupe određenu količinu nekog dobra, pri različitim cijenama tog dobra, na određenom tržištu, u određenom razdoblju.
- Potražnja može biti **INDIVIDUALNA** (d), kad pokazuje nabavnu spremnost pojedinog kupca (osobe, kućanstva ili poduzeća) ili **AGREGATNA** (D), kad pokazuje ukupnu nabavnu spremnost svih kupaca na nekom tržištu.

Situacija	p	d_1	d_2	d_3	$D=d_1+d_2+d_3$
A	10	2	0	3	5
B	7	3	2	5	10
C	5	4	3	8	15
D	3	5	4	11	20
E	1	7	5	13	25



Slika 2.1. Krivulja potražnje



Slika 2.2. Promjene potražnje i potraživane količine

Zakon potražnje

- Potraživana količina i cijena nekog dobra obrnuto su **proporcionalne**: količina se povećava kad se cijena smanjuje i obratno, količina se smanjuje kad se cijena povećava
- Ovaj zakon vrijedi samo uz uvjete *ceteris paribus* (*lat.* = *svi ostali uvjeti nepromijenjeni*).
- Da bi se potpuno sagledala potražnja, potrebno je razmotriti i ostale varijable: **cijene ostalih dobara i dohodak potrošača.**

Cijene ostalih dobara

- Postoje **ovisna** i neovisna **dobra**
- Zakon potražnje tiče se ovisnih dobara: supstituta i komplementarnih dobara
- **SUPSTITUTI** = međusobno konkurirajuća dobra, pa će se krivulja potražnje za jednim dobrom premjestiti udesno kad poraste cijena njegova supstituta i obratno, premjestit će se ulijevo kad padne cijena supstituta
- **KOMPLEMENTARNA DOBRA** = u uporabi su međusobno povezana pa će se krivulja potražnje jednog dobra premjestiti ulijevo kad poraste cijena njegova komplementa i obratno, premjestit će se udesno kad cijena njegova komplementa padne

Dohodak potrošača i ostali činitelji koji utječu na potražnju

- Povećanje nominalnog **dohotka** utječe na porast potražnje, a pad dohotka utječe na smanjenje potražnje, *ceteris paribus*.
- **Veličina tržišta** – milijun ljudi u Zagrebu kupovat će više mlijeka od 100.000 ljudi u Osijeku
- **Religija i tradicija** – Jela od govedine popularna su u Argentini i SAD-u, dok su u Indiji zabranjena
- **Posebni utjecaji** – zbog kišne klime, kišobrani se više prodaju u Engleskoj nego u Hrvatskoj

3 iznimke zakona potražnje

- **GIFFENOV PARADOKS** – kad cijena raste, raste i potraživana količina – slučaj kod dobara loše kvalitete, za kojima raste potražnja siromašnog stanovništva jer čak i kad poskupe, ta su dobra jeftinija od kvalitetnijeg supstituta koji si ti kupci ne mogu priuštiti
- **VEBLENOV EFEKT** – kad cijena pada, potraživana količina se smanjuje – snobovski efekt kod dobara koja su simbol ekskluzivnosti pa sa njihovom širom dostupnošću pada potražnja za njima (npr. dragulji)
- **SLUČAJ ŠPEKULACIJE** – pad cijene nekog dobra ne izaziva povećanje potražnje jer se očekuje dalji pad cijene i obratno, rast cijene izaziva naglo povećanje potražnje jer se očekuje dalje povećanje cijena (npr. dionice nekog poduzeća)

Elastičnost potražnje

- **Elastičnost** u ekonomskom smislu označuje osjetljivost neke ekonomske veličine na promjene druge ekonomske veličine s kojom se nalazi u nekom korelacijskom odnosu
- Dvije su osnovne kategorije elastičnosti potražnje:
 1. Cjenovna elastičnost
 2. Dohodovna elastičnost

Cjenovna elastičnost potražnje

- Pokazuje **intenzitet promjene** potraživane količine **ovisno o promjeni cijene tog dobra**.
- **Koeficijent elastičnosti** računa se dijeljenjem nastale postotne promjene potraživane količine (Q) s postotnom promjenom njegove cijene (p)

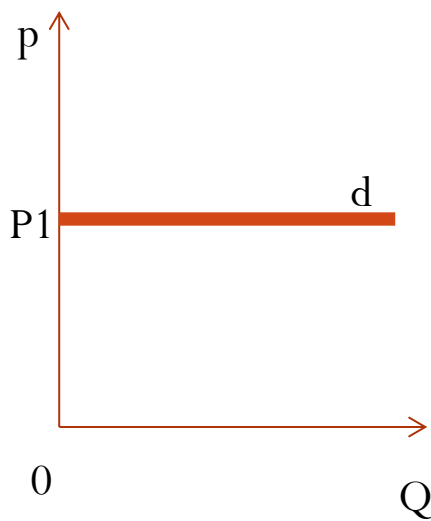
savršeno elastična potražnja $E_d = \infty$

savršeno neelastična potražnja $E_d = 0$

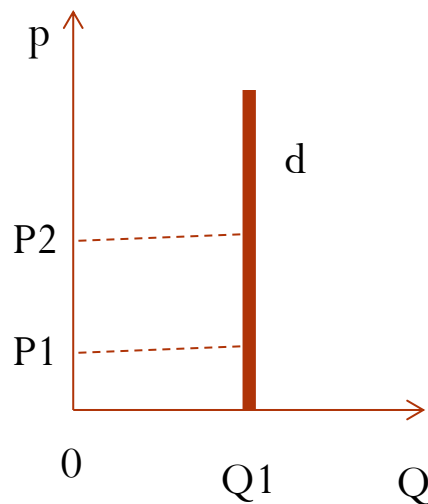
relativno elastična potražnja $\infty > E_d > 1$

relativno neelastična potražnja $0 < E_d < 1$

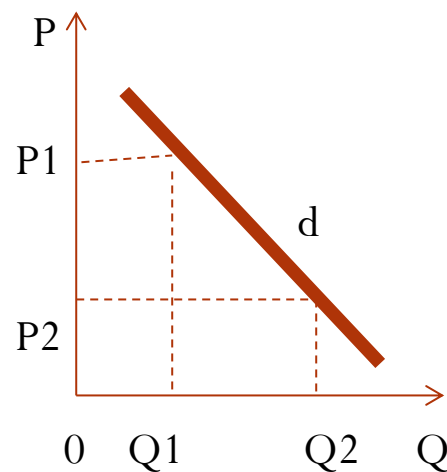
stabilna ili jedinična elastičnost potražnje $E_d = 1$



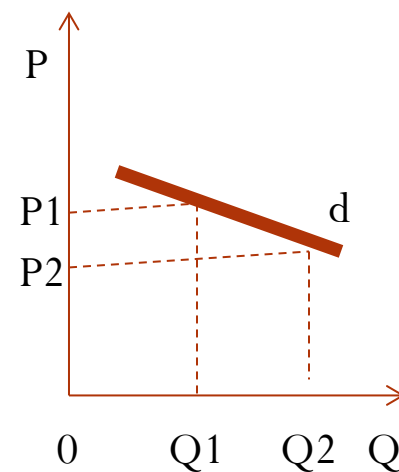
Savršeno
elastična
potražnja



Savršeno
neelastična
potražnja



Jedinično
elastična
potražnja



Relativno
(ne)elastična
potražnja

- Elastičnost je to veća što je više bližih supstituta dobru, što je veći dio dohotka koji se troši na dobro i što je dulje razdoblje u kojem se kupci upoznaju s promjenom cijene
- Što je veći stupanj nužnosti dobra, manja je elastičnost potražnje za njim
- Unakrsna elastičnost potražnje ukazuje na reagiranje na promjenu cijene drugog dobra

Dohodovna elastičnost potražnje

- Osim na cijenu, **opseg potraživane količine nekog dobra reagira i na promjene dohotka:**

$0 < E < 1$ dobra nužna za život

$E > 1$ luksuzna dobra

$E < 0$ inferiorna dobra (jedino potražnja za njima opada kad dohodak raste)

$E = 0$ apsolutno neelastična potražnja, potraživana količina se ne mijenja ovisno o promjenama dohotka

Engelovi zakoni

- Ukazuju na **vezu obiteljskog dohotka i potraživane količine** različitih dobara:
 1. zakon: postotni udio izdataka za prehranu u ukupnom dohotku varira u obrnutom pravcu od veličine dohotka
 2. zakon: udio izdataka za odjeću u ukupnom dohotku ostaje isti bez obzira na veličinu dohotka
 3. zakon: udio izdataka za stanovanje u ukupnom dohotku ostaje isti bez obzira na veličinu dohotka
 4. zakon: povećanjem dohotka povećava se udio izdataka za luksuz (putovanja, razonodu) i štednju

Pruski statističar Ernst Engel formirao ih je u 19. stoljeću, a **u suvremenim uvjetima bezuvjetno su potvrđeni samo 1. i 4. zakon!**

Procjenjivanje potražnje

Potražnja se procjenjuje :

1. Marketinškim tehnikama – recimo anketama o potrošnji i tržišnim eksperimentima
2. Regresijskom analizom – statističkom tehnikom za ocjenjivanje kvantitativne veze između zavisne varijable i jedne ili više nezavisnih varijabli

PONUDA

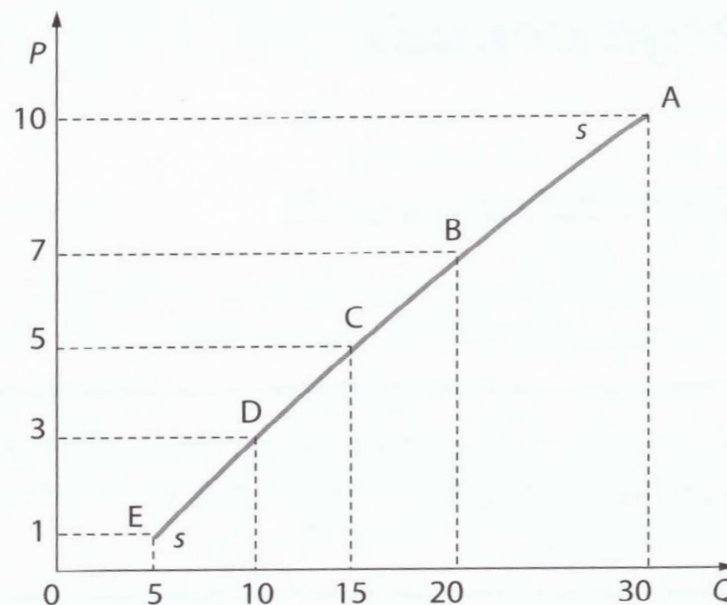
PONUĐA

Predstavlja **prodajnu spremnost proizvođača** nekog dobra
da nudi na prodaju određenu količinu tog dobra,
po određenoj cijeni,
na određenom tržištu,
u određenom vremenu.

Zakon ponude

= proizvođači su **voljni ponuditi veću količinu** određenog dobra **kad mu je**, *ceteris paribus*, **cijena veća**, i obratno, kad je cijena manja, bit će spremni ponuditi manju količinu.

Situacija	p	Q
A	10	30
B	7	20
C	5	15
D	3	10
E	1	5



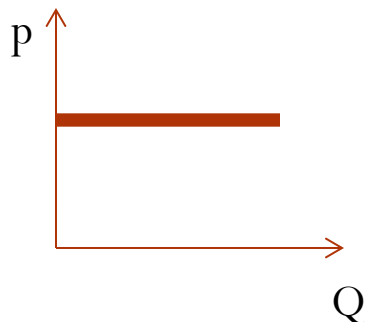
Slika 2.19. Krivulja ponude

Činitelji ponude

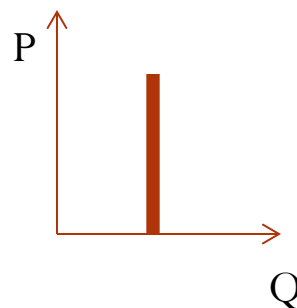
1. POSLOVNA POLITIKA – na dugi rok cilj je maksimizacija profita, a na kratki može biti i prodaja po nižim cijenama da bi se osvojio željeni tržišni udio
2. CIJENA PROIZVODA – više cijene određuju više ponudu
3. CIJENA ČINITELJA PROIZVODNJE – što su niže, veća je ponuda
4. CIJENA POVEZANIH DOBARA – ako se poveća cijena nekog proizvoda, ponuda njegovog supstituta će se smanjiti
5. TROŠKOVI PROIZVODNJE – što su niži, veća je ponuda
6. ORGANIZACIJA TRŽIŠTA I POSEBNI UTJECAJI – npr. carine

Cjenovna elastičnost ponude

= intenzitet promjene ponuđene količine nekog dobra u odnosu prema promjeni cijene tog dobra



$E = \infty$
Savršeno
elastična
ponuda



$E = 0$
Savršeno
neelastična
ponuda

Relativno elastična ponuda	$E > 1$
Jedinično elastična ponuda	$E = 1$
Relativno neelastična ponuda	$E < 1$

Činitelji elastičnosti ponude

- Dva temeljna činitelja:

1. **Stupanj do kojeg se može povećati proizvodnja**

(npr. proizvodnja odjeće ima puno elastičniju ponudu od vađenja ugljena)

2. **Vrijeme**

- **Trenutačni rok** – ponuda je određena stanjem zaliha
- **Kratki rok** - postoji određeni stupanj elastičnosti ponude jer se opseg proizvodnje može mijenjati u granicama raspoloživih kapaciteta i dane tehnologije
- **Dugi rok** – elastičnost ponude je najveća jer ponuda nije ograničena danim kapacitetom i tehnologijom, moguće je provesti investiranje u nove tehnologije ili čak drugu granu proizvodnje

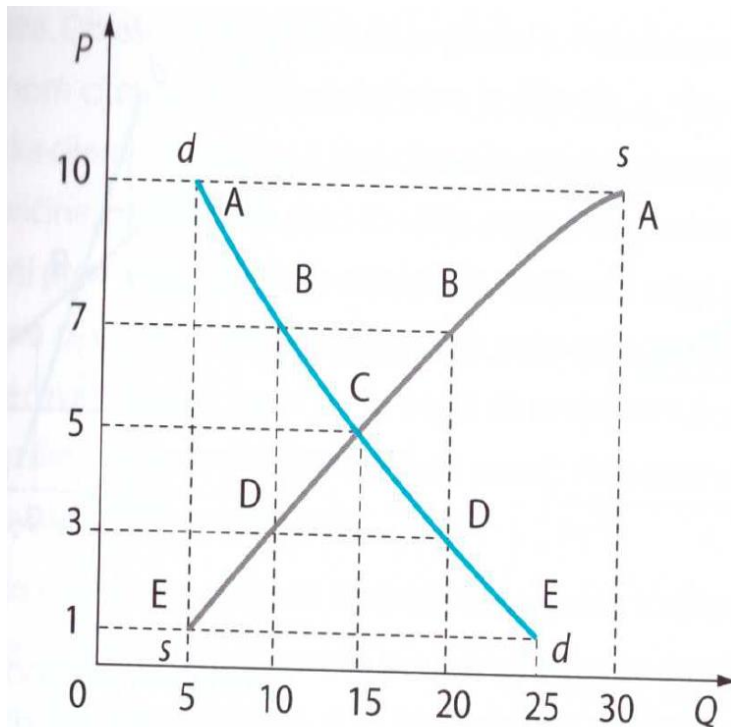
TRŽIŠNA RAVNOTEŽA

Gledane pojedinačno, ni krivulja potražnje ni krivulja ponude ne daju odgovor na pitanje

NA KOJOJ RAZINI KOLIČINE I CIJENE ĆE SE STVARNO
DOGODITI RAZMJENA DOBARA.

Samo kad se prikažu zajedno, točka presjeka
krivulja ponude i potražnje (mjesto izjednačenja ponude i potražnje)
daje TRŽIŠNU RAVNOTEŽNU CIJENU I
RAVNOTEŽNU KOLIČINU.

Ravnotežna cijena i ravnotežna količina



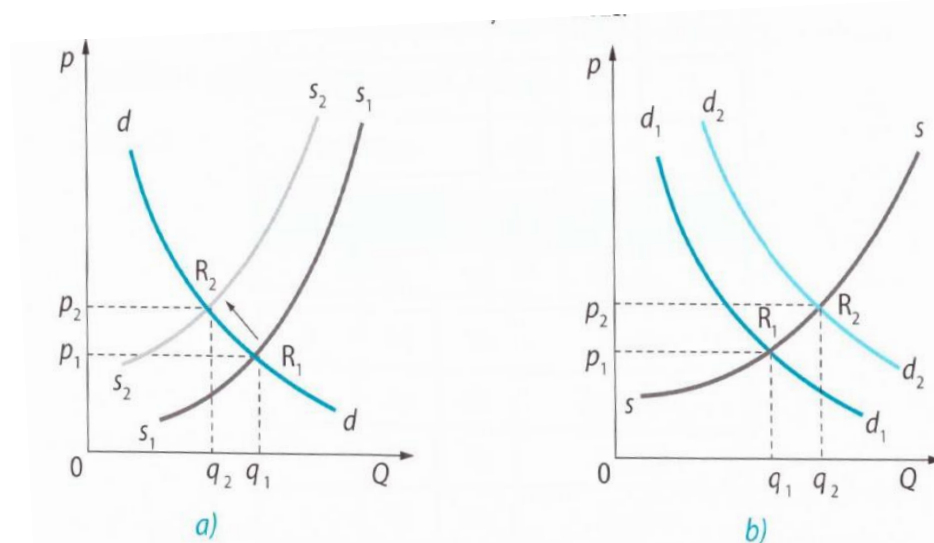
Slika 2.25. Ravnotežna cijena i ravnotežna količina

Pri višoj cijeni od ravnotežne (A) postoji višak ponude prema potražnji pa bi se cijena konkurencijom prodavača snižavala prema ravnotežnoj.

Pri nižoj cijeni od ravnotežne (D) postojao bi manjak ponude u odnosu prema potražnji pa bi konkurencija kupaca podizala cijenu prema ravnotežnoj.

Pomaci krivulja

- Krivulje ponude i potražnje mogu se premještati zbog izmijenjenih *ceteris paribus* uvjeta, što dovodi do NOVE TRŽIŠNE RAVNOTEŽE
- Primjer: povećanje troškova proizvodnje pomiče krivulju ponude ulijevo, a povećanje dohotka pomiče krivulju potražnje udesno



Slika 2.31. Učinci pomaka krivulja ponude i potražnje na ravnotežu

Što je kraće razdoblje razmatranja,
na formiranje ravnotežne cijene veći utjecaj ima potražnja,
a što je duže razdoblje,
odlučujući je utjecaj ponude i troškova proizvodnje.

Tržišna struktura

- Tržišna struktura pokazuje uvjete i okolnosti pod kojima se neko dobro prodaje i kupuje na tržištu. Općenito, razlikujemo:

1. Savršenu konkurenciju

2. Nesavršenu konkurenciju:

- i. Monopol

- ii. Oligopol

- iii. Monopolističku konkurenciju

Savršena konkurencija

- Tržište savršene konkurencije obilježava **velik broj prodavača** koji nude homogene proizvode.
- Prodavači ne mogu utjecati na **cijenu** već je **prihvaćaju kao zadanu**, a profit nastoje maksimizirati određenjem obujma proizvodnje
- Postoji sloboda ulaska i izlaska na tržište, nema nikakvih državnih ograničenja

Monopol

- Postoji samo jedan proizvođač neke vrste proizvoda
- Čak je i mogućnost supstitucije tog proizvoda vrlo mala
- Značajne su prepreke potencijalnoj konkurenciji (nadzor nad sirovinama, patenti, licencije, velika početna ulaganja i dr.)
- Kupci s vremenom reagiraju na promjene u cijeni promjenom opsega svojih kupnja.
- Monopol se može regulirati određivanjem cijene na razini prosječnog troška i poreznom politikom

Oligopol

- Nekoliko poduzeća sudjeluje u cjelokupnoj sektorskoj proizvodnji
- Oligopolisti značajno utječu na formiranje cijena
- Konkurentima je pristup otežan
- Najjednostavniji oblik oligopola jest DUOPOL

Monopolistička konkurencija

= vrlo često tržišno stanje koje obilježava više elemenata savršene konkurencije i manje elemenata monopola:

Relativno velik broj prodavača, relativno male pojedinačne snage, nudi sličan ali **diferenciran proizvod**.

Zahvaljujući diferencijaciji, proizvođači ciljaju na točno određeni tržišni segment, i u prilici su postići više cijene nego što bi se moglo u uvjetima savršene konkurencije

Na kratki rok moguće je ostvariti ekstraprofit, ali to privlači nova poduzeća u skupinu pa se na dugi rok ostvaruju samo prosječni profiti

PROCES REPRODUKCIJE

Resursi

= dobra kojima se zadovoljava neka ljudska potreba

- Resursi su u našem okruženju **ograničeni** pa se **privređivanjem**, ljudskom djelatnošću, nastoji svjesno smanjiti ograničenost raspoloživih resursa
- Dobra se dijele na:
 1. SLOBODNA – dobra koja nam priroda nudi neposredno, koja nisu rezultat ljudskog rada (voda, sunčeva toplina, zemlja, vjetar...)
 2. EKONOMSKA – dobra koja proizvode ljudi svojom djelatnošću (opeka, armatura, projekt...)

Ekonomska dobra

1. Materijalna dobra

- Sirovine
- Poluproizvodi
- Finalni (gotovi) proizvodi

2. Nematerijalna dobra

- Usluge

Intenzitet iskorištavanja resursa

Porastom broja stanovnika povećava se i količina potreba



Intenzivnije iskorištavanje resursa – povećana proizvodnja zahvaljujući suvremenim tehnologijama



Zagađivanje i uništavanje okoliša – potencijalan nedostatak resursa u budućnosti



Svijest o potrebi zaštite okoliša i održivom razvoju

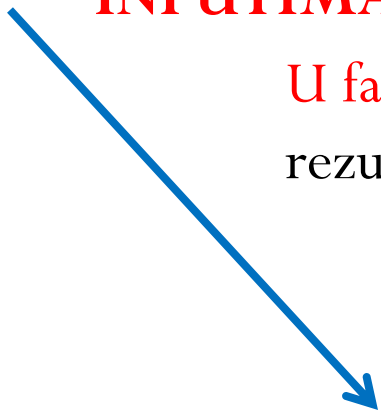
Proces reprodukcije

= proizvodni proces = kontinuirani proces proizvodnje proizvoda ili usluga kojima se zadovoljavaju određene ljudske potrebe.

Proces reprodukcije **započinje** određenim ulaganjima, pa govorimo o **INPUTIMA** (ulazima) u proizvodni proces

U fazi proizvodnje se inputi **TRANSFORMIRAJU** u rezultate rada (**outpute**).

Na kraju procesa se stvoreni **OUTPUTI** prodaju — na tržištu se razmjenjuju za novac, kojim se zatim može započeti novi ciklus reprodukcije

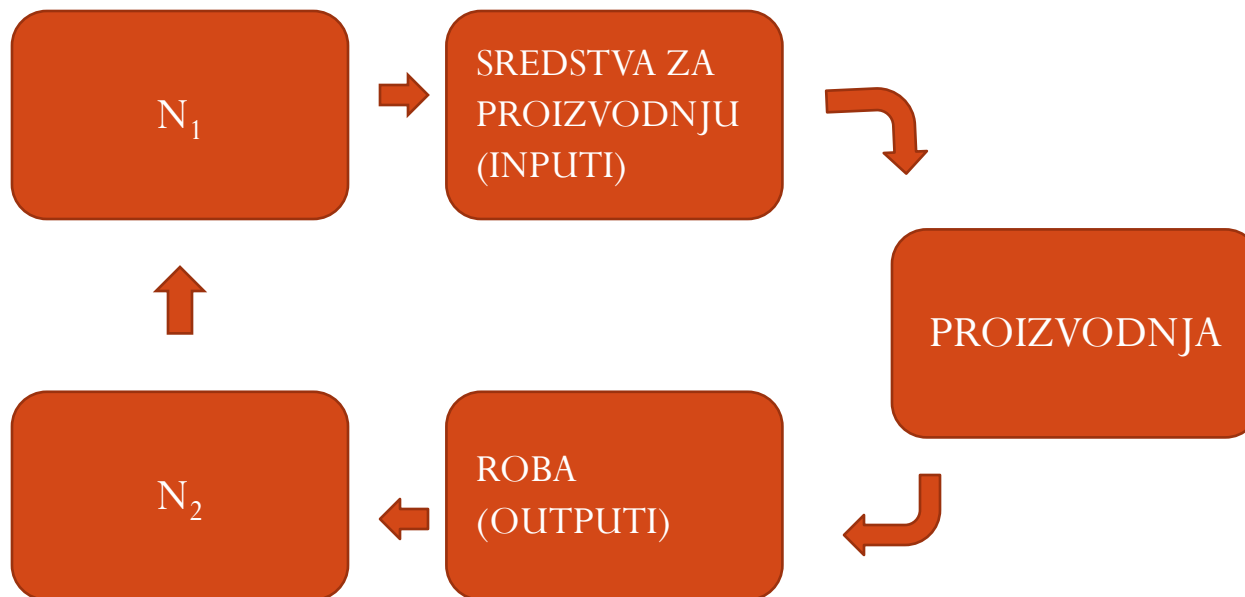


- Predmeti rada kroz proces reprodukcije prelaze s jednog stupnja na drugi, viši **stupanj dovršenosti proizvoda**.

Primjer:

1. stupanj – **sirovina** – beton
2. stupanj – **poluproizvod** (u stvarnosti poluproizvodi mogu imati više stupnjeva ovisno o složenosti proizvodnog procesa) – betonski element
3. stupanj – **gotovi proizvod** – betonski zid za zaštitu od buke

Kontinuitet procesa reprodukcije



Jedino **neprekidnim stvaranjem nove vrijednosti** i obnavljanjem uloženih sredstava tijekom procesa reprodukcije, poslovni sustav osigurava **temeljne ciljeve svog postojanja na tržištu**:

na kratki rok – PROFIT

na dugi rok – RAST, RAZVOJ

Inputi (sredstva za proizvodnju)

1. **SREDSTVA ZA RAD** = skup stvari koje ljudima omogućuju proizvodnju, pomoću kojih se djeluje na predmete rada.
(npr. bager, računalo);
2. **PREDMETI RADA** = prirodna i ekonomska dobra na koja čovjek djeluje svojim radom da bi im dodao novu upotrebnu vrijednost radi zadovoljenja svojih potreba.
(npr. sirovine, energija);
3. **RAD** = ukupni duhovni i fizički potencijal radne snage koja obavlja poslove bilo koje vrste. Školovanjem i radnim iskustvom čovjek razvija svoju radnu sposobnost, koja se izražava uobičajenom kvalifikacijom:
 - nekvalificirana radna snaga
 - polukvalificirana radna snaga
 - kvalificirana radna snaga
 - visokokvalificirana radna snaga

Trošenje sredstava za proizvodnju

Trošenje sredstava za proizvodnju zapravo je **proces prenošenja njihove vrijednosti na novostvoreni proizvod/uslugu**

Trošenje se promatra kao tehničko **(materijalno)** i ekonomsko **(vrijednosno)**

1. **SREDSTVA ZA RAD** - U proizvodnom se procesu troše **POSTEPENO** (*vrijednosno, ali ne i materijalno*). Prenose samo dio svoje vrijednosti na novi proizvod (amortizacija)
(npr. bager, računalo);
2. **PREDMETI RADA** - U proizvodnom se procesu troše **ODJEDNOM** (*materijalno i vrijednosno*). Cijelu svoju vrijednost prenose na novi učinak.
(npr. sirovine, energija);
3. **RAD** - ulazi u vrijednost novog proizvoda samo *vrijednosno* (plaća)

Zadaci u procesu reprodukcije

1. **EKONOMSKI** – racionalno koristiti raspoložive resurse i ostvarivati profit, jer inače nema novostvorene dodatne vrijednosti koja je preduvjet proširene reprodukcije
2. **TEHNIČKI** – ostvariti određeni obujam proizvodnje izražen količinama učinaka, a kvalitetom usklađen s projektnim zadatkom

Proizvodna funkcija

Pokazuje funkcionalne odnose između inputa i outputa

Definira se kao **maksimalna količina outputa koju je moguće proizvesti uz danu količinu inputa** i razinu tehnologije, odnosno kao **minimalna količina inputa kojom se može proizvesti zadana količina outputa**.

PITANJA ZA UČENJE

1. Što je ekonomija?
2. Objasni dvije ključne zamisli u ekonomiji!
3. Što je tržište?
4. Navedi i objasni dva glavna područja izučavanja u ekonomiji!
5. Koji je cilj potrošača?
6. Koji su ciljevi proizvođača?
7. Objasni tržišnu ravnotežu!
8. Definiraj potražnju i nacrtaj krivulju potražnje!
9. Što kaže zakon potražnje?
10. Što su supstituti? Navedi primjer!
11. Što su komplementarna dobra? Navedi primjer!
12. Objasni Veblenov efekt!
13. Definiraj ponudu i nacrtaj krivulju ponude!
14. Što kaže zakon ponude?
15. Objasni savršenu konkurenciju!
16. Što su resursi, koja im je osnovna karakteristika i kako se dijele?
17. Objasni proces reprodukcije!
18. Navedi 3 kategorije inputa u proces reprodukcije
19. Što su to sredstva za rad? Navedi nekoliko primjera!
20. Što su to predmeti rada? Navedi nekoliko primjera!
21. Definiraj proizvodnu funkciju

Literatura

- Benić Đuro: Mikroekonomija – menadžerski pristup, Školska knjiga, Zagreb, 2012.
- Katavić Mariza: Osnove ekonomike za graditelje, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2009.