

3. Povpraševanje

Povpraševanje pomeni pripravljenost potrošnikov za nakup določene vrste in količine blaga ,po določeni ceni in v določenem času na trgu.

Lahko je dejansko (kadar imamo potrebo in \$)ali potencialno(kadar imamo potrebo in ne \$)

Povpraševanje pa je lahko tudi individualno ali skupno ,ki predstavlja seštevek individualnih.

Na povpraševanje vplivajo različni dejavniki :

- cena dobrine
- cena substitutne dobrine
- cena komplementarne dobrine
- kakovost izdelkov
- potrebe potrošnikov
- dohodek potrošnikov.....

ker je nemogoče pretpostaviti kaj bi se z povpraševanjem zgodilo če bi vsi dejavniki vplivali hkrati , stvarnost poenostavimo in pretpostavimo da se spreminja le **cena**.

3.1 Zakon povpraševanja

zakon povpraševanja pravi da se (**Q**)-obseg povpraševanja- spreminja v **nasprotni** smeri kot **cena**(P). Kar pomeni višja ko je cena manjše je povpraševanje .

graf 1.

sprememba povpraševanja :

1. spreminja se le cena dobrine

graf 2.

2. poveča se dohodek potrošnikov

graf 3.

3.2 elastičnost povpraševanja

ločimo 3 vrste elastičnosti povpraševanja ;

- **cenovno**
- **križno**
- **dohodkovno**

1.) **cenovna elastičnost povpraševanja (E_p)**

prikazuje reagiranje potrošnikov na spremembo cene dobrine po kateri povprašujejo

graf 4.

$E_p = 0$ (absolutna neelastičnost povpraševanja)
(v tem primeru potrošniki **NE reagirajo na spremembo cene**)

graf 5

$E_p = \infty$ absolutna elastičnost povpraševanja
(pri isti ceni potrošniki povprašujejo enkrat več, drugič manj)

Graf 6.

$E_p = 1$ usklajeno elastično povpraševanje

(če se cena poviša za nek odstotek, se za tisti procent zmanjša povpraševanje)

graf 7.

$0 < E_p < 1$ neelastično povpraševanje

(če se cena poviša za nek odstotek se povpraševanje zmanjša za manj kot tisti odstotek)

graf 8.

$1 < e_p < \infty$ neskončno elastično povpraševanje

(če se cena poviša za nek odstotek se povpraševanje zmanjša za VEČ kot tisti odstotek)

graf 9.

Koristno je da podjetniki vedo kakšna je elastičnost povpraševanja po njihovih izdelkih , zato da vedo ali se jim splača cene dvignati ali ne. Če je povpraševanje neelastično se jim izplača, saj bodo potrošniki zmanjšali povpraševanje manj, kot se cena poviša. Če je povpraševanje elastično pa se cen ne splača dvigniti.

2.) križna elastičnost povpraševanja ($E_{a,b}$) »graf 10«

prikazuje kaj se dogaja s povpraševanjem če se spreminja cena substitutne oz. komplementarne dobrine

- 1.) dobrini sta substitutni (nadomestni)
- 2.) dobrini sta komplementarni (dopolnjujoči)

3.) dohodkovna elastičnost

prikazuje kako se spreminja povpraševanje če se spreminja dohodek potrošnikov

- 1.) dobrine slabe kakovosti
- 2.) eksistenčne dobrine
- 3.) luksuzne dobrine

4. ponudba

Ponudba pomeni pripravljenost ponudnikov za prodajo določene vrste in količine blaga ,po določeni ceni in v določenem času na trgu..

Ponudba pa je lahko tudi **individualna**(ponudba posamezneg ponudnika določene vrste blaga) ali **skupna** ,ki predstavlja seštevek individualnih ponudb istovrstnega blaga

Dejavniki ki vplivajo na ponudbo so :

- proizvodni stroški
- cena dobrine ki jo ponujajo
- proizvodne zmogljivosti
- tehnologija
- zaloge hitro pokvarljivega blaga
- potrebe po likvidnih sredstvih

ker je veliko različnih dejavnikov ki vplivajo na ponudbo moramo stvarnost poenostaviti pretpostavimo da se spreminja le cena

4.1 ZAKON PONUDBE

Zakon ponudbe pravi da se obseg ponudbe spreminja v isti smeri kot cena. Večja ko je ponudba, višja je cena in obratno.

Graf 11.

Sprememba ponudbe :

1. spreminja se le cena dobrine → graf 12
2. tehnologija se izboljša → graf 13.

Cenovna elastičnost ponudbe

Prikazuje reagiranje potrošnikov na spremembo cene dobrine ki jo ponujamo

graf 14.

- 1.) **$E_p=0$** absolutna neelastičnost ponudbe (ponudniki ne reagirajo na spremembo cene)
- 2.) **$E_p=$ neskončno** absolutna elastičnost ponudbe (ponudniki se lahko popolnoma prilagodijo večjem povpraševanju na trgu(možno samo na dolgi rok))
- 3.) **$E_p=1$** usklajena elastična ponudba (cena gre gor 10%;ponudba se poviša za 10%)

Realni možnosti :

- 4.) **$0 < e_p < 1$** neelastična ponudba ...cena se poviša za 10% in ponudba se poviša za VEČ kot 10%
- 5.) **$1 < e_p < neskončno$** elastična ponudba cena blaga se poviša za 10%,ponudba pa manj kot 10%

5. TRŽNO RAVNOVESJE

Težnje ponudnikov in povpraševancev na trgu so ravno nasprotni. Ponudniki težijo k čim višjim cenam, potrošniki pa k čim nižjim. Osnovni cilj ponudnikov je čim višji dobiček, cilj potrošnikov pa čim višja korist.

Osnovna omejitev ponudnikov predstavljajo produkcijski faktorji, osnovno omejitev potrošnikov pa cene dobrin in finančna sredstva na voljo.

Ko se te nasprotni težnje ponudnikov in povpraševalcev uskladijo, se oblikuje tržno ravnovesje in s tem ravnovesna **tržna cena**.

To je cena, pri kateri so ponudniki pripravljene ravno toliko prodati kot so kupci pripravljene kupiti.

Graf 15.

Ne glede na to, ali se oblikuje višja ali nižja cena od ravnovesne, neusklajenost med ponudbo in povpraševanjem povzroči, da cena teži proti ravnovesju. Ker različni dejavniki vplivajo tako na ponudbo kot na povpraševanje, pa se tržno ravnovesje lahko poruši in se oblikuje novo, s tem pa se spremeni tudi ravnovesna cena.

Sprememba tržnega ravnovesja

- 1.) dohodek potrošnikov se poveča → graf 16
- 2.) tehnologija se izboljša → 17.
- 3.) Povišajo se proizvodni stroški, hkrati pa se povišajo tudi cene substitutnih dobrin → 18
- 4.) Zakaj se lahko v času dobre letine da imajo kmetje nižji dohodek kot v času slabe? → 19
- 5.) Poseganje države v tržno ravnovesje → 20

Včasih pa se cene ne oblikujejo tržno, ampak se država vmeša v delovanje cen (npr. mleko). Želijo da je ta dobrina na voljo vsem državljanom. Če želi država oblikovati nižjo ceno od tržne, bi se ponudba znižala, povpraševanje pa zraslo. Zato mora uvesti dodatne ukrepe, tako da pomaga prodajalcem z subvencijo.

Druga varianta pa je da povpraševanje zmanjša, zato zviša davke potrošnikov.

5.1 Oblikovanje tržnega ravnovesja v različnih obdobjih

Ekonomski procesi se vselej dogajajo v določenih ekonomskih obdobjih. Zaradi lažje analize jih bomo razdelili na :

- zelo kratko
- kratko
- in dolgo obdobje

predpostavili bomo da se povpraševanje po določenem blagu poveča in ugotavljali kako se temu prilagajajo ponudniki v treh različnih obdobjih

- zelo kratko obdobje

v tem obdobju je ponudba **absolutno neelastična**, kar pomeni da na oblikovanje cen vpliva le povpraševanje. Če bi se povpraševanje po nekem blagu, na trgu povišalo bi se za to blago oblikovala višja cena, kar je ugodno za ponudnika, ti bi zato želeli ponuditi več, vendar v zelo kratkem obdobju nemorejo ker jih omejujejo proizvodne zmogljivosti

graf 21.

- kratko obdobje

v tem obdobju se ponudniki že lahko prilagodijo večjemu povpr., predvsem v okviru proizvodnih zmogljivosti., ki so že na voljo (npr. z boljšo organizacijo dela bolje izkoristijo proizvodne zmogljivosti in proizvedejo več)
ponudba postane že nekoliko **bolj elastična**, čeprav je njen koeficient elastičnosti še vedno manjši od 1. oblikuje se novo ravnovesje pri nekoliko višji ceni (P2)

graf 22.

- dolgo obdobje

tu pa se lahko ponudniki popolnoma prilagodijo večjemu povpraševanju. Nakupijo dodatne p.f. in povečajo proizvodnjo. Ponudba tako postane elastična in oblikuje se novo ravnovesje pri še nižji ceni.

Graf 23.

Daljša ko je obdobje na razpolago bolj se ponudniki lahko prilagodijo na povpraševanje s tem pa cena upada .

6. Razdelitev

6.1 pojem in vrste razdelitev

razdelitev je druga faza gospodarskega procesa v kateri se narodni dohodek (bruto domači proizvod) porazdeli med posamezne gospodarske subjekte.

Delavci v tej fazi prejemajo plače, lastniki proizvodnih sredstev dobiček, država davke, lastniki denarnega kapitala pa obresti.

Razdelitev se odvija v treh fazah :

- primarna
- namenska
- končna

primarna razdelitev se odvija na trgu, podjetja prodajajo svoje izdelke in storitve in s tem ustvarjajo prihodek.

v namenski razdelitvi podjetja prihodek namenijo za ponoven nakup surovin, za stroje, plače, obresti, zavarovanja....

končna razdelitev se dogaja prav tako v podjetju, ko podjetja enkrat mesečno izplačajo plače delavcem in enkrat letno tudi del ustvarjenega dobička med solastnike.

Stimulativna funkcija : pomeni da plače predstavljajo osnovno stimulacijo delavcem za delo naprej.

Reprodukcijska funkcija: pomeni, da naj bi plača omogočila normalno preživetje delavcem in sodelovanje za nadaljno proizvodnjo.

V fazi razdelitve se država precej vključuje v delovanje trga, posebej z namenom prerazdeljevanja dohodka.

Država pobira progresiven davek na dohodek (dohodnino), s tem zbere sredstva ki jih namenja za pomoč socialno šibkejšim (nadomestilo za brezazposlenost, socialna pomoč, štipendije....)

6.2 Plača

je dohodek delavcev in strošek delodajalcem. iz tega izhajajo osnovna nasprotja med njimi, ki včasih pripeljejo do stavke. S stavko skušajo delavci delodajalcem dokazati da brez njihovega dela proizvodnja stoji, kar podjetju povzroča dodatne stroške in vodi v izgubo.

Med stavko namreč nastajajo fiksni stroški, izdelkov na katere bi jih pa lahko porazdelili pa ni.

Argumenti, ki jih delavci ponavadi navajajo, ko se borijo za višje plače so predvsem višji življenjski stroški, višje plače delavcev v sorodnih podjetjih, večja produktivnost, slabi delovni pogoji.....

Plače delimo :

1. glede na izražanje
2. glede na način izračunavanja

1. glede na izražanje

- nominalne (denarne) plače
- realne (stvarne) plače

nominalna plača je v denarju izražen znesek plače ,ki ne pove dovolj o tem koliko in kaj si lahko kupi delavec ,zato primerjava le teh ni smiselna.

Realne ali stvarne plače , predstavljajo dejansko kupno moč ,torej povedo kaj si delavec lahko kupi.

2.glede na način izračunavanja

- časovne plače
- kosovne plače

časovni način izračuna uporabljamo pri delavcih katerim ni možno meriti produktivnosti. Je manj stimulativen,ker enako nagradi različna delavca.

Kosovni način pa se uporablja pri delavcih ,katerim je možno meriti produktivnost, je bolj stimulativen ,ker boljše delavce nagradi ,vendar je poleg količine potrebno upoštevati tudi kakovost narejenih izdelkov .

Struktura zaslužka delavca

- osnovna plača
- stimulacija
- povračila stroškov (potni stroški,malica)
- dodatki (delovna doba, nadure ,delo v nočnem času.....)
- udeležba na dobičku (devidende)
- ugodnosti iz zaposlitve (regres)

plača kot cena dela je delno odvisna od razmerja med ponudbo in povpraševanjem na trgu delovne sile,delno pa tudi od pogajanj sindikatov in delodajalcev.

Graf 24.

Povpraševanje po delu ima normalno elastično obliko,kot smo bili vajeni. Lastnik svojega dela je delavec . Povpraševanje je s strani delodajalcev, ponudba pa s strani delavcev . Minimalna plača je predpisana s strani države .

6.3. dobiček

je zaslužek lastnikov proizvodjalnih sredstev. Ker vložijo kapital v podjetje in s tem tvegajo, zato jim v primeru da podjetje uspešno posluje pripada del ustavrjenega dobička. Podjetje ugotavlja dobiček ali izgubo ,torej poslovni izd najmanj enkrat letno v računovodskem izkazu ki mu pravimo bilanca uspeha. V bilanci primerjamo celotne prihodke in celotne odhodke v proučevanem obdobju.

$$\text{Celotni prihodki} - \text{celotni odhodki} = \text{poslovni izdi}$$

Bilanca uspeha za obdobje

1. poslovni prihodki → podjetje jih ustvari s prodajo izdelkov in storitev na trgu.
2. prihodki od financiranja → obresti za dana posojila in udeležba na dobičku drugih podjetij
3. itredni prihodki → subvencijske donacije prejete po pogodbenih kaznih

odhodki :

1. poslovni (samo tosti stroški ki se nanašajo na prodane izdelke)
2. od financiranja (obresti najetih posjil)
3. izredni (plačane kazni,odškodnine)

profitna mera

profitna mera je temeljni kazalec uspešnosti poslovanja podjetja . podjetnik predvideno profitno mero ugotavlja že preden začne s poslovanjem,tako da jo primerja z obrestno mero ali pa donosnostjo kapitala vloženega v vrednostne paprije . Prof. mera prikazuje koliko dobička prinese ena denarna enota vloženega kapitala v poslovanje.

$$\text{Profitna mera} = (\text{dobiček} / \text{znesek vloženega kapitala}) * 100 [\%]$$

Tako profitna mera 10% pomeni da nam vsak tolar vloženeg kapitala prinese 10 stotinov profita.

Vrste extra dobičkov

Povprečno podjetnik, ki proizvaja s povprečnimi stroški in prodaja po povprečni ceni ustvarja povprečni dobiček. V določenih primerih lahko posameznik ustvari extra dobiček ali izjemen dobiček.

Poznamo 3 vrste extra dobičkov:

- **konjunktorni ekstra dobiček**
- **monopolni extra dobiček**
- **tehnološki ali inovativni ekstra dobiček**

- **konjunktorni** extra dobiček se pojavlja zaradi ekstra priložnosti ki se pojavi kadar povpraševanje po nekem blagu preseže ponudbo in se zato oblikuje višja cena od povprečne. Traja dokler se ponudba dovolj ne poveča in uskladi s povpraševanjem takrat se zopet oblikuje ravnovesna cena in nastane samo še povprečni dobiček. Ta

ekstra dobiček je koristen za gospodarstvo saj spodbuja proizvajalce da vlagajo kapital v proizvodnjo bolj potrebnih dobrin.

- **Monopolni extra dobiček** se pojavi zaradi monopolnega položaja proizvajalca . ker je edini ponudnik običajno prodaja po višji ceni,kot če bi obstajala konkurenca. Zato zasluži ekstra dobiček . Traja dokler se ne pojavi konkurenca (običajno daljše obdobje). Za gospodarstvo pa ni najbolj koristen ker ga večinoma namenijo porabi lastnikov.
- **Tehnološki ali inovativni ekstra dobiček** se pojavi zaradi uvedbe nove tehnologije v proizvodnji. Proizvajalec ki je uvedel neko novost , zniža stroške na enoto izdelka . ker pa lahko prodaja še vedno po povprečni ceni , zasluži več. Traja dokler večina konkurentov ne uvede takšne ali podobne novosti. To je običajno krajše obdobje . za gospodarstvo je koristen ker ga proizvajalci stalno vlagajo v modernizacijo proizvodnje.

6.4 Obresti

obresti so dohodek lastnikov denarnega kapitala in strošek za tiste,ki si denar izposojajo(posojilojemalci). Na finančnem trgu se srečajo ponudniki denarnega kapitala –to so tako posamezniki kot podjetja – in povpraševalci po denarnem kapitalu-posamezniki, podjetja ,ter tudi država .kot posrednik med ponudniki in povpraševalci pa se pojavijo banke ,ki zbirajo denar od varovalcev in ga posojajo investitorjem. Na osnovi ponudbe denarnega kapitala in povpraševanja po njem pa se oblikuje tudi obrestna mera, ki je cena za eno denarno enoto izposojenega kapitala.

$$\text{Obrestna mera} = (\text{obresti} / \text{znesek izposojenega kapitala}) * 100$$

Finančni trg

Graf

Z enakomernim naraščanjem obrestne mere ponudba denarnega kapitala narašča vedno hitreje. Pri višji obrestni meri so varčevalci pripravljene vlagati v banke več denarja in manj v ostale možne naložbe.

Vrste obrestnih mer :

- aktivna obrestna mera
- pasivna obrestna mera
- nominalna obrestna mera

Aktivna - je tista obrestna mera, ki jo banka zračuna posojilojemlcem.

Pasivna - je tista obrestna mera ,ki jo banka odobri vlagateljem

Aktivna obrestna mera je večja kot pasivna, tako da razlika med njima predstavlja zaslužek banke.

Banke zaslužijo tudi za upravljanje z računi, vodenjem le teh in menjavo valut .

- nominalna obrestna mera
- realna obrestna mera

nominalna obrestna mera je vedno pozitivna, realna pa predstavlja razliko med nominalno obrestno mero in stopnjo inflacije in je lahko tudi negativna.

Negativna bi bila če ,če bi letna stopnja inflacije presegla nominalno obrestno mero. V tem primeru bi bil na boljšem dolžnik , ker bi realno vrnil manj kot je sposodil . da bi se to prepečilo uvedemo inflacijsko klavzulo .

To je dodatek k pogodbi ,ki se glasi ;

(T + ?%)

T pomeni trenutno obrestno mero in predstavlja pričakovano letno stopnjo minflacije. To pomeni da je potrebno znesek posojila najprej ponovno ovrednotiti za pričakovano stopnjo inflacije ,da se ohrani relana vrednost obrestne mere,potem šele prištejemo obresti.

7. POTROŠNJA

je zadnja faza gospodarskega procesa v katerem se dobrine porabijo ali obrabijo. S tem zadovoljimo potrebe, ker pa se le te stalno obnavljajo potrošnji zopet sledi proizvodnja.

Razlikujemo :

- reproduktivno potrošnjo : pomeni vlaganje dobrin v nadaljno proizvodnjo. Gre za investicijske dobrine.
- neproduktivno potrošnjo : pomeni končno potrošnjo. Gre za potrošnjo dobrine, ki jo potrošijo večinoma posamezniki in gospodinjstva.
- Ločimo tudi eksistenčno in luksuzno potrošnjo

pomembna je zaradi obdavčenja. Država različno obdavči eksistenčne in luksuzne dobrine , zato ima davek na dodatno vrednost dve davčni stopnji. (8,5% in 20%)

delimo jo tudi na osebno potrošnjo in javno porabo.

Le ta je odvisna od kod je ta potrošnja financirana.

Osebna potrošnja se financira iz zaslužka posameznika

Javna poraba pa iz državnega proračuna in zajema skupno porabo in splošno porabo.

Skupna poraba zajema financiranje zdravstva,šolstva,kulture in športa. Splošna poraba pa delovanje državnega aparata , vojske in policije.

Denar v državni proračun se zbira z davki.

Vrste davkov :

- progresivni (davčne stopnje naraščajo – dohodnina)
- linearni (vsi davkoplačevalci plačajo davek po isti davčni stopnji –davek na dobiček)
- neposredni (plačamo jih direktno državi)
- posredni (plačamo jih preko višjih cen izdelkov in storitev)

varstvo potrošnikov

v tržnem gospodarstvu pridobiva na pomenu. Zaradi vedno močnejše konkurence se večkrat lahko pojavi zavajanje potrošnikov s strani proizvajalcev ali trgovcev. Tudi med oligopolisti prihaja do cenovnih dogajanj na škodo kupcev , če obstaja monopol pa potrošniki nimajo možnosti izbire, zato se v

razvitih gospodarskih zakonodajah vedno bolj razvija v smeri varstva potrošnikov – razvijajo se potrošniške organizacije.