

Orjentaciona pitanja sa odgovorima za kolokvijum II iz Osnova ekonomije

Budžetsko ograničenje predstavlja potrošačke korpe (sve moguće kombinacije) dobara koje potrošač može sebi da priušti sa raspoloživim dohotkom.

- Promene utiču na budžetsku liniju:
 - *Promena cene.*
 - *Promena dohotka.*
- Kupovna moć potrošača može se udvostručiti,
 - ako se njegov dohodak udvostruči ili
 - ako se cene svih dobara i usluga prepolove.

Normalna dobra su ona čija se potrošnja menja u upravnom pravcu s promenom visine dohotka potrošača, a kod podređenih ili **inferiornih dobara** postoji zavisnost između veličine potrošnje datog proizvoda i dohotka potrošača u obrnutom pravcu.

Engelove krive pokazuju odnos između visine dohotka potrošača i veličine tražnje određenog dobra uz konstantnu cenu.

Pozitivan nagib Engelove krive nalazimo kod normalnih, a **negativan** kod inferiornih dobara, isto kao i kod **ICC** kriva

Veblenovo dejstvo ili tzv. snobovsko ili demonstraciono, manifestuje se kod dobara čije posedovanje simbolizuje ulogu, društveni položaj i status njihovih vlasnika. Smanjenje cena ovih dobara istovremeno znači opadanje njihove privlačnosti, te će na snižavanje cena potrošači reagovati smanjivanjem tražnje. Reč je, i u ovom slučaju, o kratkoročnim uticajima cena na preferencije potrošača.

Tzv. **Gifenov paradoks** je karakterističan za formiranje tražnje inferiornih dobara. Porast cena ovih dobara predstavlja dodatno opterećenje budžeta domaćinstava, naročito onih koja takve proizvode troše u većoj meri, pa su prinuđena na smanjenje potrošnje. S obzirom da domaćinstva sada mogu priuštiti sebi manju količinu kvalitetnijih i skupih proizvoda, moraće povećati kupovinu inferiornih dobara koja su, uprkos povećanju cena, ipak, relativno jeftinija.

- U skladu sa *osnovnim principom racionalnog izbora* potrošač troši svoj novac na one proizvode koji mu daju najvišu graničnu korisnost (MU) po novčanoj jedinici.
- **Kriva indiferentnosti.** Ona pokazuje sve moguće grupe (kombinacije) **roba i usluga koje pružaju isti nivo korisnosti.**
- Kada spojimo mnoštvo tih tačaka koje predstavljaju podjednako privlačne kombinacije za potrošače, dobićemo *krivu indiferentnosti.*
- **Teorija kardinalne korisnosti.**

- Funkcija korisnosti je obrazac po kome se izračunava broj koji predstavlja količinu zadovoljstva izazvanog upotrebom neke robe ili usluge, odnosno mešovitom robom.
- Takva funkcija korisnosti koja opisuje *za koliko* je neka roba ili tržišna korpa privlačnija (poželjnija) od druge naziva se **kardinalna funkcija korisnosti**.

- Teorija **ordinalne korisnosti**, nasuprot kardinalne korisnosti, objektivizira korisnost koja rangira dobra (tržišne korpe) od najoželjnijeg do najmanje poželjnog, ali bez korišćenja bilo kakvog analitičkog aparata za njeno merenje.

Intermedijalni proizvodi i dodata vrednost

Kapital (energija, peć itd.) i rad (kuvara) nisu dovoljni za konačan proizvod (obrok). Sastojci koji se dodaju hrani predstavljaju **intermedijarni** proizvod, ono što je u u proizvodu pretvoreno u nešto vrednije. Proizvodi u ovom procesu nisu obroci već **dodata vrednost** sirovim sastojcima hrane.

Promer: ako kuvar i oprema pretvore 20€ vredne sastojke hrane u obroke koje imaju vrednost 100€, ima za rezultat autput (obroke) kao 80€ **dodate vrednosti**.

- **Neizbežan rezultat je, kako je to *Maltus* video, da će povećanje populacije dovesti prosečnu potrošnju hrane do nivoa gladovanja.**
- **Poslovni menadžer pokušava da odluči da li da zaposli ili da otpusti još nekog radnika, gde postoji očigledan interes, znajući šta je zapravo *marginalni proizvod rada*.**

Profit (Π) je razlika između ukupnih prihoda (TR) i ukupnih troškova (TC), odnosno $\Pi = TR - TC$.

- Naše rasprave započinjemo ***bilansom stanja koji govori koliko privredno društvo vredi u datom vremenskom periodu.***
- Na jednoj strani bilansa je ***aktiva*** (procena vrednosti imetka ili prava koje privredno društvo poseduje),
- a na drugoj strani ***pasiva***, i to:
 - ***obaveze*** (novac ili obveznice koje kompanija duguje), i
 - ***neto vrednost*** (ukupna aktiva minus ukupne obaveze).
- Dakle, **ravnotežna veza bilansa stanja pokazuje da je ukupna aktiva jednaka ukupnim obavezama plus neto vrednosti vlasnika privrednog društva.**
- ***Bilans uspeha*** ili račun dobitka i gubitka pokazuje prihode od prodaje kompanije u jednoj kalendarskoj godini i troškove kojim su opterećene te prodaje, a na kraju ***profit*** ili ***neto dohodak*** koji ostaje nakon odbijanja svih troškova, odnosno:

$$\text{profit (neto vrednost)} = \text{ukupni prihodi} - \text{ukupni troškovi.}$$

Troškove po prirodnim vrstama ili po elementima procesa proizvodnje sačinjavaju:

- (1)- troškovi materijala,
- (2)- troškovi sredstava za rad i
- (3)- troškovi rada.

Troškovi materijala

Pod troškovima materijala podrazumevaju se cenovni izrazi utroška materijala i troškovi tuđih usluga. Analogno strukturi utroška materijala, troškove materijala sačinjavaju:

- (a)- troškovi materijala za izradu,
- (b)- troškovi pomoćnog materijala,
- (c)- troškovi energije,
- (d)- troškovi režijskog materijala i
- (e)- troškovi tuđih usluga.

Troškovi sredstava za rad

Troškovi sredstava za rad predstavljaju trošenje koje nastaje upotrebom sredstava za rad i to:

- - troškovi amortizacije,
- - troškovi ekonomskog zastarevanja i
- - troškovi produžavanja veka i režijski troškovi sredstava za rad.

Međuzavisnost troškova i korišćenja kapaciteta

Promena korišćenja kapaciteta proizvodnje ima različiti uticaj na proinenu troškova.

Jedni troškovi se menjaju pa ih nazivamo promenljivim ili varijabilnim, a drugi troškovi se ne menjaju pa ih nazivamo konstantnim ili fiksnim troškovima.

Troškove po dinamici delimo na:

- 1. proporcionalne troškove,
- 2. relativno fiksne troškove i
- 3. fiksne troškove.

- Upoređivanjem stepena promene troškova sa stepenom promene obima proizvodnje dolazi se do stepena ili koeficijenta **reagibilnosti troškova**,

$$Kr = \frac{kt}{kq} = \frac{\frac{\Delta T}{T}}{\frac{\Delta Q}{Q}}$$

Fiksni troškovi se ne menjaju pa je koeficijent reagibilnosti fiksnih troškova ravan nuli:

Proporcionalni troškovi rastu ili opadaju u istoj srazmeri sa obimom proizvodnje, pa je koeficijent reagibilnosti ovih troškova ravan jedinici,

Relativno fiksni troškovi mogu imati isti, veći ili manji koeficijent promene u odnosu na koeficijent promene obima proizvodnje

Koeficijent reagibnosti relativno fiksnih troškova) može biti ravan, veći ili manji od jedinice.

Ekonomska analiza troškova – fiksni, varijabilni i ukupni troškovi

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Količina proizvoda (q)	Fiksni trošak (FC) (€)	Varijabilni trošak (VC) (€)	Ukupni trošak (TC) (€)	Cena (P) (€)	Ukupan prihod (TR) (€)	Profit (Π) (€)
0	55	0	55	100	0	-55
1	55	30	85	90	90	+5
2	55	55	110	80	160	+50
3	55	75	130	70	210	+80
4	55	105	160	60	240	+80
5	55	155	210	50	250	+40
6	55	225	280	40	240	-40

Tabela br. 10-2. Fiksni, varijabilni i ukupni troškovi, ukupni prihodi i profit

Glavni elementi troškova kompanije su fiksni troškovi (koji se uopšte ne menjaju kad se proizvodnja menja) i varijabilni troškovi (koji rastu kada proizvodnja raste). Ukupni troškovi su jednaki zbiru fiksnih i varijabilnih troškova: $TC=FC+VC$. Razlika između ukupnih prihoda (TR) (količina q x cena P) i ukupnih troškova (TC) predstavlja veličinu profita (Π).

Sve dok je granični prihod veći od graničnog troška, kompanija treba da poveća output, budući da proizvodnja i prodaja dodatne jedinice dodaje više ukupnom prihodu nego ukupnom trošku, uvećavajući ukupan profit.

- *Izotroškovna kriva* pokazuje sve moguće kombinacije rada i kapitala koji se mogu kupiti uz neki zadani ukupni trošak.
- Da bismo videli kako izgleda izotroškovna kriva, trebamo se podsetiti da je:
- **ukupni trošak proizvodnje = troškovi rada + troškovia kapitala,**
- *odnosno: $TC = wL + rK$.*

Ekonomska teorija razlikuje tri osnovne strukture tržišta:

- (1) **Konkurentno tržište** sa velikim brojem kupaca i prodavaca,
- (2) **Oligopolsko tržište** s malim brojem učesnika,
- (3) **Monopolsko tržište** s jednim učesnikom sa strane ponude ili tražnje.

osnovne strukture tržišta

	Na strani	
	Tražnje	Ponude
Jedan učesnik	MONOPSAN	MONOPOL
Dva učesnika	DUPSON	DUOPOL
Više (nekoliko)	OLIGOPSON	OLIGOPOL

- Na diferenciranje oblika tržišta, osim strukture, utiče i karakter proizvoda, tj. okolnost da li je reč o **homogenim** ili **diferenciranim proizvodima**. Uvažavajući navedeno, razlikujemo sledeće osnovne forme tržišta:
- (1) **Tržište potpune konkurencije, s velikim brojem kupaca i prodavaca homogenih proizvoda**, na kojem je dejstvo odluka jednog učesnika na tržišnu cenu, ponudu ili tražnju zanemarljivo;
- (2) **Tržište monopolne konkurencije, s velikim brojem kupaca i prodavaca koji nude diferencirane proizvode**, međusobno bliske supstitute, na kojem svaki prodavac može svojim individualnim odlukama imati određeno, ograničeno dejstvo na cene;
- (3) **Čisto oligopolsko tržište, s malim brojem učesnika koji međusobno konkurišu homogenim proizvodima**;
- (4) **Diferencirano oligopolsko tržište, s malim brojem učesnika i diferenciranim proizvodima**;
- (5) **Potpuno monopolno tržište**.

Osnovna obeležja tržišta savršena konkurencije

- a) veliki broj učesnika (kupaca i prodavaca);
- b) visok stepen homogenosti, odnosno standardizovanih proizvoda;
- c) sloboda ulaska i izlaska sa tržišta;
- d) izuzetna informisanost o tržišnim kretanjima;
- e) preduzeća ne mogu uticati na tržišne cene, već se suočavaju sa formiranim cenama (**prihvatači cena**).

Odnos između graničnog prihoda i cene predstavlja bitnu karakteristiku savršene konkurencije.

Ovo je ujedno osnovno pravilo za maksimiranje profita konkurentnih preduzeća. Konkurentno preduzeće ostvaruje maksimalan profit kada granični trošak dostigne tržišnu cenu, tj. kada je $MC = P$.

*Stoga je granični prihod konkurentnog preduzeća zapravo cena njegovog outputa, odnosno: $MR = P$. Budući da preduzeće koristi **granične uslove** ($MC = MR$), da bi obezbedilo najbolji pozitivni nivo outputa, obim proizvodnje koji savršeno konkurentno preduzeće treba da izabere jeste onaj gde je **granični trošak jednak ceni** ($MC = P$).*

- **Glavni cilj** poslovanja preduzeća je što veći profit, tj. maksimiranje profita.
- **Ekonomski profit** je razlika ukupnih prihoda i ukupnih (ekonomskih) troškova.
- **Ukupni ili ekonomski trošak** obuhvata sve troškove, uključujući i oportunitetni trošak.
- **Ukupni troškovi** sažimaju sve eksplicitne (novčane) i implicitne (obračunske i oportunitetne) troškove korišćenih resursa preduzeća.

b) Računovodstveni profit

- meri se razlikom prihoda firme i njenih tokova novca za rad, sirovine i kamate uvećane za troškove amortizacije.

odnosno,

- ***Računovodstveni profit*** je razlika između ukupnih prihoda i ukupnih troškova.
- **Računovodstveni profit je uvek veći od ekonomskog profita za iznos oportunitetnih troškova**

Izračunavanje ekonomskog i računovodstvenog profita

- Firma proizvodi 100 jedinica outputa nedeljno, koristeći 10 jedinica kapitala i 10 jedinica rada.
- Pretpostavimo da je cena svakog inputa 10 € po jedinici, i firma ima svojih 10 jedinica kapitala.
- Ako se output prodaje za 2,5 € po jedinici, **ukupni prihod firme** je $(100 Q \times 2,5 \text{ €})$ 250 € **nedeljno**.
- Da bismo izračunali nedeljni **ekonomski profit, od ukupnog prihoda (250 €) oduzmemo 100 € potrošenih na rad (eksplicitni troškovi) i 100 € potrošenih na kapital (implicitni troškovi), tako da nam preostaje**
 $[250 \text{ € (TR)} - (100 \text{ € (L)} + 100 \text{ € (K)})] = 50 \text{ €}$.

Međutim, kod obračuna računovodstvenog profita, računovođa uzima u obzir samo **eksplicitne troškove**. Ali ako Vi radite u firmi i zarađujete 10€, ali niste prijavljeni u njoj, tako da nema ni ostvarenog (registraovanog) troška za taj rad, te će računovodstveni profit biti: $[250\text{€ (TR)} - 90\text{€ (L)} + 100\text{€ (K)}] = 60\text{€}$. Isti je slučaj da je firma iznajmila svoj kapital od 10€ po jedinici, što se da zaključiti da je **ekonomski profit manji od računovodstvenog profita**.

Primer:

- Ako Petar svojom ušteđevinom iz banke kupi pekaru za 100.000 evra
- Da li je to oportunitetni trošak?
 - ***Jeste!*** Odrekao se kamate od npr. 5% ili 5000 evra godišnje
- Da li je to eksplicitni trošak?
 - ***Nije!*** To nije izdatak već izgubljeni prihod!
 - Ni 100.000 evra nije izdatak već je to i dalje njegova imovina (sada u obliku pekare)
- ***Za pekaru je 5000 evra implicitni oportunitetni trošak finansijskog kapitala!***

Kritično niska tržišna cena kod koje su prihodi upravo jednaki varijabilnim troškovima (ili, drugim rečima, kad su gubici upravo jednaki fiksnim troškovima) naziva se **tačka zatvaranja**. Dok su tržišne cene iznad tačke zatvaranja, preduzeće će nastaviti s proizvodnjom zbog toga što bi, makar time gubilo novac, više novca izgubilo prestankom proizvodnje.

Pravilo zatvaranja; tačka zatvaranja je tamo gde prihodi upravo pokrivaju varijabilne troškove ili gde su gubici jednaki fiksnim troškovima.

- Prema *Vilfredu Paretu*, tržište optimalno alokira unpute ako ni jedan drugi način njihove upotrebe ne može poboljšati položaj jednog preduzeća, a da ne pogorša položaj drugog.

Deo autputa (korpe za sat)	Ukupan trošak (TC) (za sat) u €	Marginalni trošak (MC) u €	Prosečan ukupan trošak (ATC) u €
A 0	10	–	–
B 1	15	5	15,00
C 2	22	7	11,00
D 3	31	9	10,33
E 4	44	13	11,00
F 5	61	17	12,20

Međuodnos ukupnih, marginalnih i prosečnih ukupnih troškova

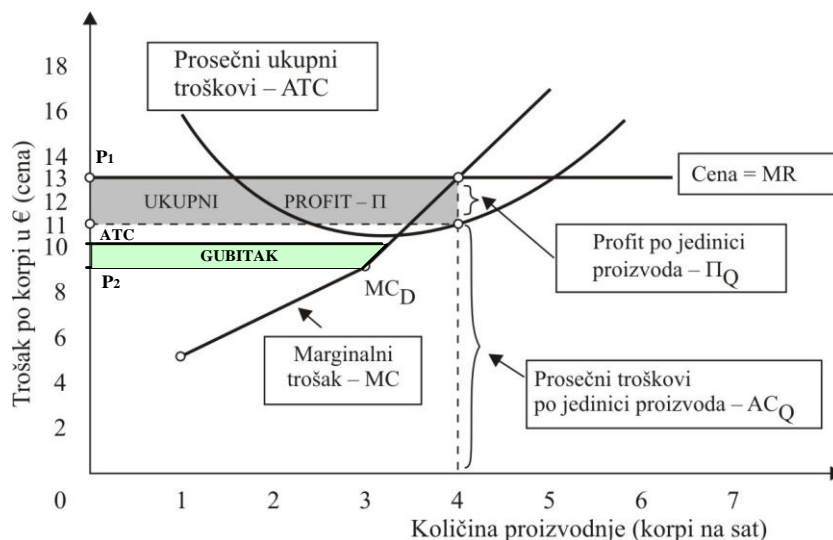
Za firmu je najbolji međuodnos troškova u redu **D**, jer su u toj tački **ATC** minimalni

Nivo cene	Proizvodnja
Cena > MC	Rast obima proizvodnje
Cena = MC	Očuvanje obima proizvodnje (maksimiranje profita)
Cena < MC	Pad obima proizvodnje

Maksimiranje profita

Međuodnos cene i marginalnog troška određuje odluku o autputu. Profit je maksimiran kad je cena jednaka marginalnom trošku (**P = MC**).

Na našoj islustraciji ukupan profit je **8€** i prikazano u obliku zatamnjenog parvougaonioka. Ukupan profit ja maksimiran samo kada je cena (**P1**) jednaka marginalnim troškovima. što ilustruje tačka **E** na grafikonu. Ako bi cena (**P2**) bila manja od prosečnog ukupnog troška (**ATC**, kompanija bi imala gubitak (ispod krive **ATC** i cene **P2**).



Promene ponude.

- Najvažniji uticaj na marginalni trošak i ponašanje ponude imaju sledeći činioci:
- a) *cena inputa*
- b) *tehnologija*; i
- c) *očekivanja*.

Proizvođačev višak.

proizvođačev višak bismo mogli da definišemo kao razliku između tržišne cene proizvoda i oportunitetnih troškova inputa proizvodnje tog proizvoda.

Nesavršena konkurencija odlikuje tržišta na kojima prodavci (i kupci) mogu u određenoj meri uticati na tržišnu cenu svog proizvoda.

- **Teorija igara** bavi se proučavanjem ponašanja ljudi u strateškim situacijama.
- Pod strateškim odlukama podrazumevamo one u kojima svaka osoba, kada donosi odluku o svojim postupcima, mora da uzme u obzir reakciju drugih na takav postupak.
- **Rigidnost cena** je otpornost cena na promene
- Oligopolista očekuje da njegovo *povećanje* cena drugi neće slediti (tako da će izgubiti deo prodaje), dok će *smanjenje* cena drugi slediti (zato bi izostalo povećanje prodaje pri istoj tržišnoj tražnji).
- **Oligopolisti zato pribegavaju cenovnom signaliziranju i cenovnom liderstvu.**
- **Nešova ravnoteža** je situacija u kojoj ekonomski akteri (delujući međusobno jedan na drugog) samostalno biraju najbolju strategiju pri strategijama koje su svi drugi akteri izabrali.
- **Cenovna diskriminacija** označava prisvajanje dela potrošačevog viška naplaćivanjem različitih cena različitim kupcima za ista ili slična dobra.
- Suština ove strategije je identifikacija kupaca sa različitim rezervacionim cenama i naplata po različitim cenama.
- **Rezervaciona cena** je najviša cena koju je kupac spreman da plati za neko dobro.
- Cenovna diskriminacija **prvog stepena** postoji kada prodavac svakom kupcu naplaćuje njegovu rezervacionu cenu (teorijski oblik).
- Cenovna diskriminacija **drugog stepena** je praksa naplaćivanja različitih cena po jedinici u zavisnosti od količine kupljenog dobra (pr. blok tarifa).
- Cenovna diskriminacija **trećeg stepena** (preskočni model) je grupisanje kupaca prema tražnji određenog dobra (pr. popusti).

- *Prirodni monopol* je situacija da jedno preduzeće može snabdeti celo tržište po nižoj ceni (manji troškovi) nego kada bi postojalo više proizvođača.
- Ostvarivanje ekonomije obima je osnovni uzročnik prirodnih monopola.
- Klasičan primer prirodnih monopola je pružanje lokalnih komunalnih usluga.