

1. POGLAVJE

RAZMIŠLJATI KOT EKONOMIST

Primer 1.1: **NAFTNI ŠOKI IN PRERAZPOREDITEV OMEJENIH SREDSTEV DRUŽBE**

V 70. letih je bila nafta sorazmerno poceni, količina nafte pa je bila neomejena. Z ustanovitvijo organizacije OPEC 1973, pa je cena nafte začela rasti, saj je OPEC predpostavljala, da se kljub višji ceni povpraševanje ne bo spremenilo. Oba naftna šoka (1973, 1979) sta povzročila varčevanje z nafto na vseh področjih, obenem pa se je zmanjšalo povpraševanje po proizvodih, ki so vključevali nafto (centralne peči...). Cene substitutov pa so porasle (avtomobili z manjšo porabo postanejo dražji...). Po letu 1986 so se zdeve umirile, cena nafte je ponovno padla.

Primer 1.2: **JE ČIST ZRAK EKONOMSKA DOBRINA?**

Zrak je vedno bolj onesnažen, kar močno vpliva na zdravje ljudi. Veliko ljudi zboli oz. Umre zaradi posledic onesnaženega zraka. EU se bori proti onesnaževanju z različnimi ukrepi, prav tako pa morajo države sam omejiti onesnaževanje (cestnine, omejitev hitrosti, norme onesnaženosti na leto...).

Primer 1.3: **ČE BI NA TLEH LEŽAL BANKOVEC...**

Dva ekonomista gresta po cesti. »Glej na tleh leži bankovec za 50 evrov,« vzklikne prvi. *»Kje pa,«* odgovori drugi, *»če bi na tleh res ležal bankovec, bi ga pred nama gotovo že kdo pobral.«*

Anekdota se navezuje na racionalnost obnašanja, kar pomeni da ljudje ravnamo brez čustev, navad in predsodkov, ter da tako obnašanje pelje k uresničitvi ciljev. Racionalnost ljudi je predpostavka, ki pa ne drži zmeraj, saj bi se vedno našel kdo, ki bankovca ne bi pobral.

Primer 1.4: **ALI BE SE POROČILI S TIPOM HOMO ECONOMICUS?**

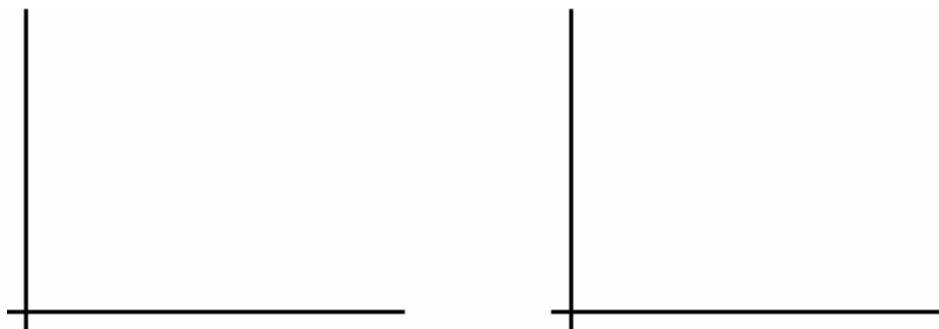
Homo economicus je človek, ki skrbi zgolj za svoje interese in koristi, ter se požvižga na vse ostale. Ne vrne najdene denarnice, ne pomaga drugim, ko potrebujejo pomoč, če sam nima ob tem koristi...Tak človek je primer oz. podlaga ekonomskega obnašanja, ki ga predpostavlja ekonomska znanost.

2. POGLAVJE

OSNOVE POVPRASEVANJA IN PONUDBE

Primer 2.1: **RAZLIKA MED GIBANJEM PO KRIVULJI IN PREMİKOM KRIVULJE**

Gibanje po krivulji povpraševanja pomeni odziv potrošnikov na spremembo cene proizvoda (**sprememba obsega povpraševanja**), medtem ko premik krivulje povpraševanja pomeni spremembo katerega od drugih dejavnikov (**sprememba povpraševanja**). Enako velja za krivuljo ponudbe.



Primeri za predmet mikroekonomija

Primer 2.2: KORPORACIJA MARS IN PREMİK KRIVULJE POVPRASEVANJA

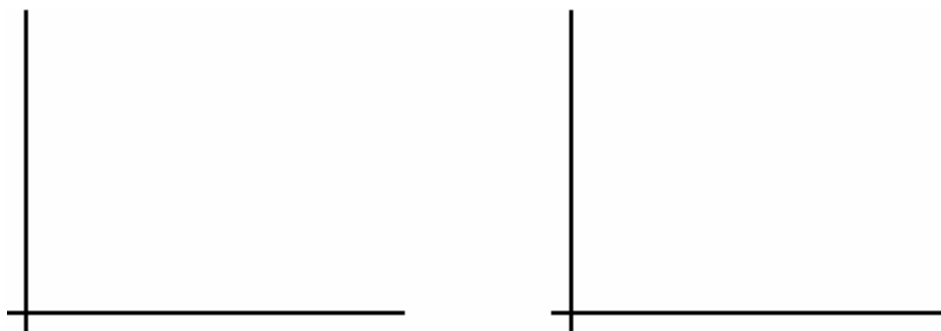
Korporacija Mars, ki izdeluje čokolade, je razvila novo čokolado, ki vsebuje kakavove delce, ki imajo zdravilni učinek. Podjetje je izpeljalo to potezo zaradi tega, ker prodaja čokolad stagnira, strmo pa narašča prodaja proizvodov, ki imajo zdravilne učinke. Podjetje je s tem doseglo povečanje povpraševanja po čokoladah.

**Primer 2.3: NEVIDNA ROKA TRGA V SVETU NAVIDEZNE RESNIČNOSTI**

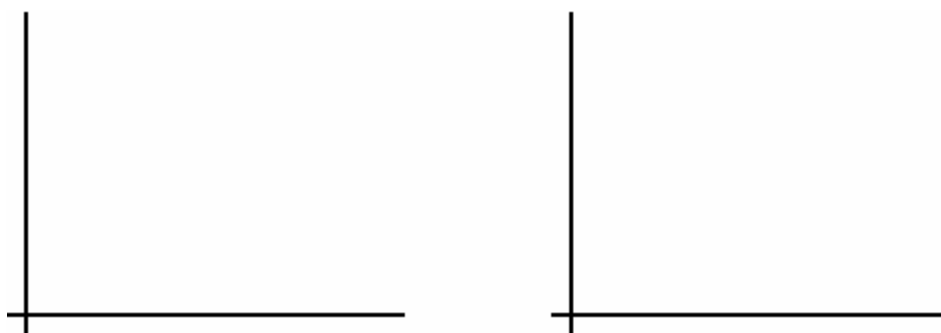
Trg tehnologije ponuja zelo veliko komplementov in substitov, vendar prodaja steče šele takrat ko cene padejo na raven, ko si potrošnik to lahko privoščijo. Potrošnik ima računalnik, vendar digitalne kamere ne bo kupil, dokler ne bo cena kamer padla na nivo, ko si jo bo lahko privoščil (računalnik in kamera sta komplementarni dobrini).

Primer 2.4: VREME V BRAZILIJU IN CENA KAVE V NEW YORKU

Brazilijska je glavni ponudnik kave, zato se v primeru slabega vremena v Braziliji ponudba kave zmanjša, kar ob nespremenjenem povpraševanju pomeni povišanje cene, ki je seveda kratkoročno, dokler se stanje ne umiri. Omeniti je še treba, da je povpraševanje in ponudba po kavi dolgoročno bolj elastična kot pa dolgoročno.

**Primer 2.5: MINIMALNA PLAČA IN NADZOR STANOVANJSKIH NAJEMNIN**

Država pogosto določi minimalne oz. maksimalne meje, da bi tako onemogočila pretirane odmike. Tako so npr. določene minimalne plače... Lahko pa država omeji tudi najemnino stanovanja. Pri ceni 600 evrov je na voljo 60000 ponudnikov in 60000 povpraševalcev. Vendar je država omejila ceno na maksimalno vrednost 250 evrov. V tem primeru pomeni 40000 ponudnikov in 80000 povpraševalcev. To lahko ima negativne posledice. Poleg tega, da brez stanovanj ostane 40000 povpraševalcev, se bo zmanjšala kakovost stanovanj, najemnine pa bodo presegle tako vrednost 250, kot tudi 400 evrov.

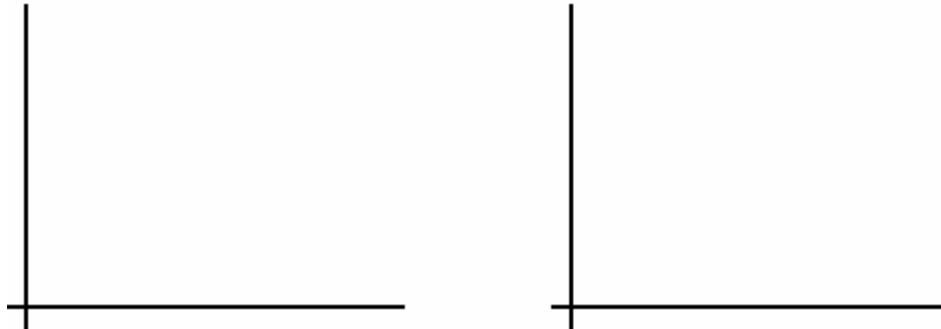


3. POGLAVJE

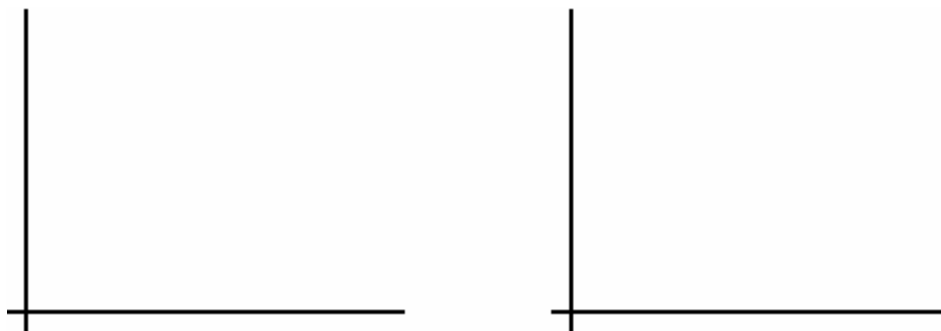
OBNAŠANJE POTROŠNIKOV

Primer 3.1: **KAKO OPREMITI AVTOMOBIL?**

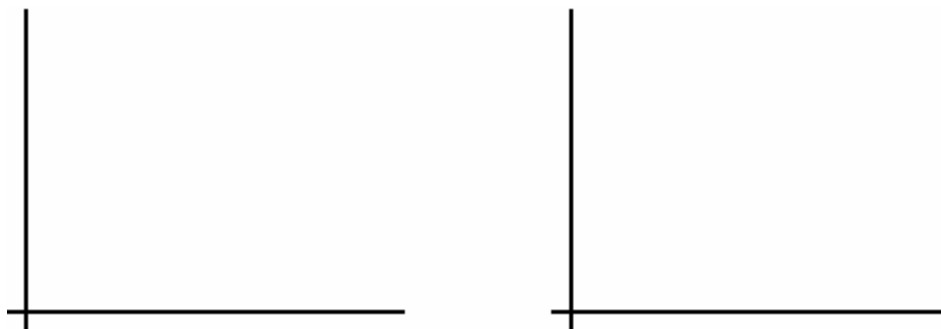
Za potrošnika je najpomembnejši oblika in moč avtomobila. Kombinacija enega in drugega je odvisna od proizvodnih stroškov in preferenc potrošnika. To kombinacijo ugotovimo za anketami, intervjuji..., vendar pa se okus potrošnikov razlikuje. Eni imajo raje močnejši motor, drugi lepšo obliko – njihove indifferenčne krivulje se razlikujejo.

Primer 3.2: **POTROŠNIKOVO RAVNOTEŽJE NA PRESEČIŠČU Z ORDINATNO ALI ABCISNO OSJO ZA POPOLNE SUBSTITUTE**

Če ima potrošnik ravnotežje na eni izmed osi, gre za popolne substitute, katerih indifferenčne krivulje so premice. Glede na koeficienta premice proračunske premice in indifferenčne krivulje je odvisno na kateri osi bo ravnotežje.

Primer 3.3: **KOLIKŠNA JE CENA ENE ENOTE KORISTNOSTI?**

Cena posameznega blaga ni odvisna od celotne koristnosti tega blaga. Voda ima visoko celotno koristnost, vendar je njena cena zelo nizka, medtem ko je cena diamantov zelo visoka. Cena blaga je odvisna od mejne koristnosti blaga, kar pomeni da dodatna enota vode nima neke posebne koristnosti, dodatna enota diamantov pa ima zelo veliko vrednost, zato je tudi cena zelo visoka. V primeru, da bo vode zmanjkalo, pa se bo povečala tudi cena vode.

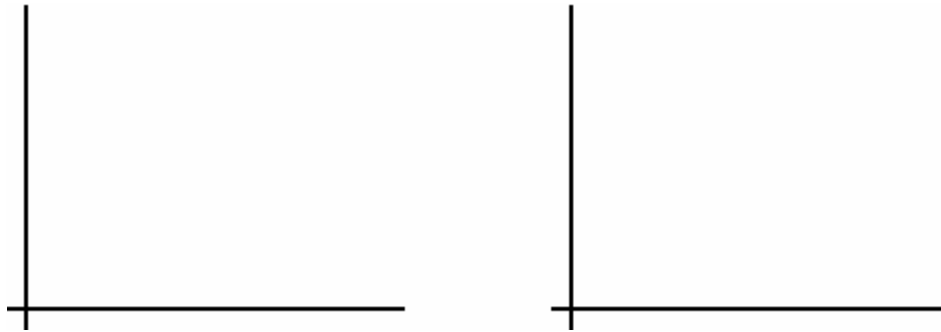


4. POGLAVJE

POSAMEZNIKOVO IN TRŽNO POVPRASEVANJE

Primer 4.1: ENGELOVE KRIVULJE

Engelove krivulje dobim če na os x nanesemo količino, na os y pa dohodek. Za normalne dobrine je Engelova dobrina naraščajoča, medtem ko je inferiorne dobrine Engelova krivulja padajoča. Podjetja s pomočjo Engelovih krivulj določijo ciljno skupino svojih proizvodov.



Primer 4.2: UČINEK DOHODKA PRI PONUDBI DELA IN SREČNI DOBITNIK ŠESTICE PRI IGRI LOTO

Potrošniki smo tudi ponudniki dela. Z večanjem cene dela se količina ponujenega dela poveča (substitucijski učinek), vendar le do neke meje, saj višja plača pomeni več denarja, ki ga lahko potrošimo za dobrine, med katerimi je tudi prosti čas (učinek dohodka). Tako se količina ponujenega dela v neki točki začne zmanjševati. Podobno je z dobitniki pri igrah na srečo. Velik odstotek ljudi pusti službo potem, ko je zadel veliko vsoto denarja na lotu. Enako velja za otroke, ki podedujejo veliko denarja od svojih staršev. Njihov trud, motivacija in ustvarjalnost se zmanjša.

Primer 4.3: OD ČESA JE ODVISNA VELIKOST KOEFICIENTA CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRASEVANJA?

Bencin oz. nafta nima bližnjega substituta, kar pomeni, da dvig cene ne vpliva bistveno na povpraševanje, zato je povpraševanje cenovno neelastično. Povpraševanje po bencinu je na kratki rok bolj neelastično, kot na dolgi rok, saj dolgoročno gledan bomo začeli uporabljati druge alternative (električni avtomobili...).

Primer 4.4: UPORABA CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRASEVANJA

Poznavanje cenovne elastičnosti povpraševanja je zelo koristno za podjetje. Za koliko je treba povišati ceno nafte, da se bo zmanjšala poraba za 20-30%? Če poznamo cenovno elastičnost povpraševanja po nafti to ne sme biti problem ($E_{x,p_x} = -0,3$).

Columbia Records je hotela povečati prodajo plošč, zato je znižalo ceno plošč za tretjino. Prodaja se je podvojila. Iz tega sledi da je koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja po ploščah večji kot 1, po absolutni vrednosti.

5. POGLAVJE

PROIZVODNJA

Primer 5.1: GENERAL MOTORS: OD POPOLNE AVTOMATIZACIJE DO IZLOČANJA VMESN PROIZVODNJE

Poceni izdelki z Vzhoda so prisilili zahodne proizvajalce k iskanju učinkovitejše oblike proizvodnje. General Motors je začelo z uvajanjem popolne avtomatizacije proizvodnje, vendar so rezultati pokazali, da to ni najugodnejša rešitev, zato so se preusmerili na izločanje vmesne proizvodnje. Proizvodnjo vmesnih delov je podjetje v glavnem preneslo na dobavitelje, odprli so tovarno v Braziliji, neposredni bližini pa so svoje objekte postavili tudi dobavitelji, kar je zmanjšalo stroške proizvodnje.

Primer 5.2: MALTHUS IN KRIZA POMANJKANJA HRANE

Malthus se je oprl na zakon o padajočem donosu in je tako prišel do zaključka, da kljub povečanju proizvodnje hrane, le-te ne bo dovolj za vso prbivalstvo, ki je v procesu rasti, saj se mejni proizvod manjša z naraščanjem proizvodnje. Ta problem je v večji meri odpravila sodobna tehnologija, ki je učinkovitejša.

Primeri za predmet mikroekonomija

Primer 5.3: »KAKO PROIZVAJATI« JE BOLJ POMEMBNO KOT SE ZDI NA PRVI POGLED

Vsa podjetja se trudijo z vprašanjem kako proizvajati, da bo proizvodnja najbolj učinkovita. Pomemben dejavnik je tudi kraj proizvodnje. Na Vzhodu je cena dela veliko nižja, kar pomeni, da se podjetju splača preseliti proizvodnjo na Vzhod in potem transportirat izdelke nazaj. Pomemben dejavnik pa je tudi tehnologija.

Primer 5.4: NADOMESTLJIVOST PROIZVODNIH DEJAVNIKOV – PRIMER PODJETJA NEW BALANCE

New Balance proizvaja športne copate v ZDA in trdi, da je proizvodnja v ZDA še vedno dobičkonosna. Delavec v ZDA je 35-krat več plačan od delavca na Kitajskem, vendar je tudi bolj produktiven, saj proizvede 6 parov čevljev, medtem ko delavec na Kitajskem dokonča enega. Pri tem pa je treba upoštevati še stroške transporta...

Primer 5.5: DONOSI OBSEGA IN TEHNOLOŠKE SPREMEMBE

Cene računalniške opreme se iz leta v leto močno znižujejo, glavni razlog pa je ekonomija obsega in tehnološki napredek. Množična uporaba je prisilila proizvajalce k zniževanju cen, saj so se s tem procesom zniževali stroški na proizvedeno enoto.

Primer 5.6: MERJENJE PRODUKCIJSKIH FUNKCIJ (krneki)

Produkcijsko funkcijo lahko merim na tri načine:

- Statistična analiza podatkov o gibanju uporabljenih proizvodnih dejavnikov v določenem časovnem obdobju. Na podlagiteh podatkov lahko ocenimo povezavo med proizvodnimi dejavniki in obsegom proizvodnje.
- Upoštevajo se podatki o obsegu proizvodnih dejavnikov in o obsegu proizvoda v različnih podjetjih v določenem obdobju.
- Podatki so tehnične narave in so pridobljeni z eksperimenti ali z izkušnjami

Primer 5.7: PRODUKTIVNOST DELA UNIVERZITETNIH UČITELJEV IN SODELAVCEV

Ocenjevanje produktivnosti delavcev je zelo zahtevno, saj je treba upoštevati ogromno dejavnikov, na podlagi katerih lahko presojamo produktivnost. Upoštevati je treba tako kvaliteto kot tudi kvantiteto. Pri ocenjevanju profesorje lahko izberemo različna merila: učni načrti, anketiranje študentov, ocene...

6. POGLAVJE**PROIZVODNI STROŠKI****Primer 6.1: OPORTUNITETNI STROŠKI ČAKANJA V VRSTI ZA BENCIN**

Omejevanje cen bencina je povzročilo, da je bila cena na zasebnih črpalkah višja od tiste na javnih črpalkah, kjer pa je bilo treba čakati v vrsti dvajset minut. Prihranek je bil dva dolarja in pol, kar pomeni, da je tisti, ki je kupil bencin pri zasebniku imel oportunitetne stroške sedem dolarjev in pol v eni uri.

Primer 6.2: NAČRTOVANJE STROŠKOV V FILMSKI INDUSTRIJI

Michael Eisner, generalni direktor podjetij Disney in Paramount, je omejeval vsoto denarja, ki je bila namenjena za posamezen film. Na tak način je znižal stroške v filmski industriji.

Primer 6.3: NIČELNA TOČKA DOBIČKA

Ničelna točka dobička je tam, kjer podjetje nima izgube. To se zgodi v točki, kjer so celotni stroški enaki celotnemu prihodku. Ničelna točka dobička je uporabna za določevanje obsega proizvodnje, za opredelitev padajoče prodaje na dobiček.



Primeri za predmet mikroekonomija

Primer 6.4: DONOSI IN PRIHRANKI OBSEGA

Pojem **donosi obsega** uporabljamo, kadar imamo v mislih značilnost produkcijske funkcije, pri tem pa ne upoštevamo stroškov. **Prihranki obsega** pa pomenijo, da upoštevamo tudi stroške. Npr. Delavci delajo nadure, donosi obsega naraščajo, vendar če je produktivnost manjša od stroškov, bodo prihranki obsega negativni.

Primer 6.5: DEJANSKI vs. NAMIŠLJENI DOBIČEK – OKUS PREVARE

Analiza poslovanja se začne s pregledom prihodkov, stroškov in dobička. Vendar obstajajo triki kako to povečati kljub temu, da je podjetje v krizi. Primeri na strani 161.

7. POGLAVJE**CENE IN OPTIMALNA PROIZVODNJA V POPOLNI KONKURENCI****Primer 7.1: TRŽNA STRUKTURA V OGLEDALU KONKURENČNOSTI**

Stopnja konkurenčnosti panoge je odvisna od strukture panoge. Struktura panoge pa je odvisna od števila substitutov proizvoda in od števila ponudnikov tega proizvoda. Več kot je podjetij v panogi in bolj kot so si proizvodi podobni večja je stopnja konkurenčnosti v panogi in obratno.

Primer 7.2 ZAKON ENE CENE

Alfred Marshall je ustanovitelj zakona ene cene. Trdil je, da je lahko za eno blago na trgu le ena cena. To se dogaja v modelu popolne konkurence, vendar to v praksi ne deluje. Kmetijski pridelki, nafta, striženje so homogeni proizvodi oz. storitve, vendar se cene močno razlikujejo.

Primer 7.3: PRAZNE RESTAVRACIJE IN POKRITA IGRIŠČA POLETI

Pri tem moramo razločevati med stalnimi in spremenljivimi stroški. Stalne stroške ima lastnik v vsakem primeru, medtem ko spremenljive stroški enači s prihodkom. Če je prihodek večji od spremenljivih stroškov, je restavracija odprta in zaprta, če so spremenljivi stroški večji od prihodka. Podobno je s pokritimi teniški igrišči poleti.

Primer 7.4: NEKAJ NAVODIL MANAGERJEM ZA ODLOČANJE NA PODLAGI MEJNIH STROŠKOV

Nujno je upoštevanje $MR = MC$, pri tem pa naj upoštevajo še nekatera navodila. Navodila na strani 178.

Primer 7.5: IZSTOP PODJETJA TEXAS INSTRUMENTS S TRGA OSEBNIH RAČUNALNIKOV

Podjetje Texas Instrument se je ukvarjalo z izdelavo računalnikov. Vendar so se cene računalnikov zadnja leta močno znižala. Proizvodni stroški so bili sto dolarjev na enoto. Ko je cena padla pod sto dolarjev, je podjetje izstopilo iz panoge, saj so bili spremenljivi stroški višji od prihodka. Svojo zalogo so prodali po **dampinški ceni** (cena, ki je nižja od spremenljivih stroškov).

Primer 7.6: KONKURENCA IN PROIZVODNJA VITAMINOV KOT DODATKOV K PREHRANI

Vitamini so homogeni proizvodi, na trgu pa obstaja kar nekaj proizvajalcev vitaminov, zato je visoka stopnja konkurenčnosti. Poleg tega pa je prodaja vitaminov pretežno odvisna od cene proizvoda. Visoka stopnja konkurenčnosti pa je vplivala na občutno znižanje cen vitaminov.

Primer 7.7: KREDITNE KARTICE IN VISOKE OBRESTI – ALI V TEM PRIMERU TEORIJA ODPOVE?

Kreditne kartice so homogen proizvod oz. lahko bi rekli, da je trg kreditnih kartic popolno konkurenčen. Vendar se obrest za odložena plačila višajo, namesto da bi se zniževale, kot od popolne konkurence pričakujemo. V tem primeru pa nismo upoštevali načina uporabe kreditnih kartic, saj vsi uporabniki ne plačajo isti mesec, nekateri zamujajo s plačilom mesec ali dva, obstajajo pa tudi potrošniki, ki ne plačujejo. Zaradi teh pa so obresti pri plačevanju s kreditnimi karticami tako visoke.

8. POGLAVJE

BLIŽJE K REALNOSTI. POPOLNA KONKURENCA IN DRUGE TRŽNE STRUKTURE

Primer 8.1: **TEŽJE JE PREŽIVETI NEKAJ LET V POKOJU KOT POL STOLETJA DELATI V AVTOMOBILSKI INDUSTRIJI**

Primer 8.2: **DOBIČEK – NUJNO ZLO**

Karl Marx trdi, da je dobiček vrednost, ki jo ustvarijo premalo plačani delavci. Toda zakaj je dobiček nujen? Če ne bi bilo dobička, podjetnik ne bi vložil svojega kapitala, poleg tega je dobiček nagrada za uspešno delovanje in tveganje, ki ga je podjetnik prevzel. Poleg tega pa prinaša motivacijo za nadaljno vlaganje.

Primer 8.3: **PROBLEM PRINCIPALA IN AGENTA TER PREDPOSTAVKA O DOBIČKU KOT FUNKCIJI PODJETJA**

Lastniki in managerji delujejo nasprotno. Cilj lastnikov je povečevanje oz. ustvarjanje največjega dobička, medtem ko je cilj managerjev v prvi vrsti skrb za samega sebe. Lastniki se ne vmešavajo v samo delovanje managerjev, ti pa morajo delati v prid podjetja le toliko, da ne izgubijo delovnega mesta. Največji dobiček, kot funkcija podjetja je pravilno, saj se podjetja vsaj posredno trudijo za dosego največjega dobička.

Primer 8.4: **VIRTUALNA KORPORACIJA – MIT ALI RESNIČNOST?**

Virtualna korporacija je splet partnerskih podjetja, v katerem vsako od njih prispeva tisto komponento v proizvodnem procesu, pri kateri blesti. Taka podjetja obstajajo tudi v realnosti. Primer je »superpekarna«, ki v svoji centrali skrbi za upravljanje mreže, sklepanje pogodb, kontrolo in razvoj, medtem ko povezuje pekarnice, ki skrbijo za razvoz in prodajo izdelkov.

Primer 8.5: **PARTICIPACIJA ZAPOSLENIH PRI ODLOČANJU IN PROBLEM AGENTA V SLOVENSkih PODJETJIH**

Razkorak se lahko pojavi tudi med zaposlenimi in managerji. Položaj, ko imajo vso oblast zaposleni imenujemo samoupravljanje. V fazi sprejemanja kapitalizma, pa je ves denar v slovenskih podjetjih šel v glavnem za plače. Investicij v tehnologijo, kakovost proizvodnih dejavnikov... ni bilo, kar se še danes pozna v številnih slovenskih podjetjih.

9. POGLAVJE

MONOPOL

Primer 9.1: **DIAMANTI MONOPOLNEGA PODJETJA DeBeers**

Podjetje DeBeers je monopolno podjetje, kljub temu, da nima stoddostnega tržnega deleža, je njegov vpliv na trg tako velik, da je to podjetje na trgu monopolist. V primeru, da ljudje smatrajo diamante kot proizvod brez bližnjih substitutov, se moč podjetja DeBeers še poveča.

Primer 9.2: **ORIGINALNA IN GENERIČNA ZDRAVILA**

Trg originalnih zdravil je monopol, saj proizvajalec pridobi patent za izdelavo in proizvodnjo določenega produkta, medtem ko je trg generičnih zdravil popolnokonkurenčen. Dokler velja patent je cena določena z $MR=MC$, ko pa patent poteče se cena prestavi v točko, kjer je $P=MC$. Nova cena je bistveno nižja. Vendar pa se originalni proizvod kljub temu še vedno prodaja po nekoliko višji ceni, kot pa generična zdravila, saj nekateri še vedno zaupajo le originalu.



Primeri za predmet mikroekonomija

Primer 9.3: KAKO SE OBLIKUJEJO CENE PREHRABENIH IZDELKOV V BLIŽINI ŠTUDENTSKEGA NASELJA?

Cenovna elastičnost hrane je -1, vendar ta znaša v blagovnici veliko več, saj je v mestu kar nekaj podobnih trgovin, tako da izračunamo cenovno elastičnost povpraševanja po prehrabeni izdelkih in znaša -10. Iz tega sledi da je cena 11% nad mejnimi stroški [$P = MC/(1-0,1) = MC/0,9 = 1,11MC$]. V manjši trgovinici pa znaša cenovna elastičnost povpraševanja -5, kar pomeni, da so potrošniki manj občutljivi na višje cene, saj se kupujejo manjše količine. Iz tega sledi, da se cena oblikuje na 25% nad mejnimi stroški.

Primer 9.4: VPLIV ZLOMA CENTRALNOPLANSKEGA SISTEMA NA CENO KAVIARJA

Države centralnoplanskega sistema so gospodarsko manj uspešne, vendar na področju pridelave kaviarja pa je ravno SZ imela vodilno vlogo. Do leta 1991 je imela SZ monopol na področju pridelave kaviarja. Po koncu tega obdobja, pa se je povečalo število pridelovalcev kaviarja, kar je vplivalo na znižanje cen kaviarja za 20%.

Primer 9.5: ALI SO DRŽAVNA PODJETJA X-UČINKOVITA?**Primer 9.6: ZAKAJ ŽEČIJO MONOPOLISTI CENOVNO DISKRIMINIRATI?**

Založba mora plačati avtorju 200.000 € za novo knjigo. Kakšni ceno knjige naj postavi založnik? 10.000 ljudi je pripravljeno kupiti knjigo za 30 € (tujci), 40.000 ljudi pa je za knjigo pripravljeno odšteti 5 € (Slovenci). Založniku se bolj splača prodati knjigo po 30 €, vendar če cenovno diskriminira se bo njegov prihodek povečal.

10. POGLAVJE**MONOPOLISTIČNA KONKURENCA, OLIGOPOL IN KARTEL****Primer 10.1: RUMENE STRANI V TELEFONSKEM IMENIKU IN MONOPOLISTIČNA KONKURENCA**

Monopolistična konkurenca je tržna struktura, kjer veliko podjetij ponuja storitve, vstop v panogo pa je neomejen. Primer monopolistične konkurence najlažje najdemo v rumenih straneh telefonskega imenika (frizerski, kozmetični saloni...)

Primer 10.2: KRITIKA MODELA MONOPOLISTIČNE KONKURENCE

Edward Chamberlain je avtor modela monopolistične konkurence. Njegova teorija pa je doživela številne kritike:

- pojem industrijske skupine je težko opredeliti (kokakola je lahko substitut za pepsi, ali pa ne)
- ta model se ne razlikuje tako zelo od popolne konkurence
- vsak proizvajalec nima enakih možnosti privlačiti kupce (blagovne znamke...)

Primer 10.3: VSTOPNE OVIRE KOT VIR MONOPOLNE MOČI OLIGOPOLISTOV: TAKSIJI V NEW YORKU IN RIBIČI V AVSTRALIJI

Taksisti v New Yorku morajo imeti za opravljanje službe medaljo. Vendar pa je število medaljonov, ki so jih podelili 1937 omejeno. To pomeni, da je vstop v panogo omejen oz. nemogoč, saj so cene teh medaljonov zelo visoke. Pojavljajo se ilegalni taksisti... Podoben primer je z ribiči v Avstraliji. V obalnih vodah je ribarjenje dovoljeno le z licenco, katerih število je prav tako mejeno. To pomeni omejen vstop v panogo, prav tako pa so ene teh licenc zelo visoke.

Primer 10.4: COCA-COLA vs. PEPSI – VOJNA NA TRGU BREZALKOHOLNIH PIJAČ

Obe znamki sta vodilni na trgu proizvodnje brezalkoholnih pijač, tako da lahko govorimo o duopolu. Cilj obeh podjetij je povečanje tržnega deleža. Za obe podjetji je značilno, da spreminjata cene svojih pijač, dolgoročno gledano pa se cene višajo. Spreminjanje cen pa vpliva na povečanje povpraševanja.

Primer 10.5: PRIPORNIKOVA SILEMA PODJETIJ A IN B**Primer 10.6: NEKAJ TOGEGA V DEŽELI DANSKI**

Usnjarsko podjetje z Danske je kljub znižanju stroškov pri obdelavi barvnega usnja obdržalo cene iz 1980, ko je bil to zelo drag postopek. Tako so cene Barvanega usnja višje od črnega usnja. Vzrok je v tem, da bi morali cene črnega usnja povečati – zmanjšalo bi se povpraševanje, cene barvanega usnja pa znižati, vendar bi temu sledila konkurenca in ne bi bilo pretiranih dobičkov.

Primeri za predmet mikroekonomija

Primer 10.7: VNOVIČNA VZPOSTAVITEV DISCIPLINE PRI CENAH – PRIMER JEKLARSKE PANOGE V ZDA

U.S. Steel je imelo vodilni položaj pri postavljanju cen jekla, vendar se je temu položaju odreklo. Na trgu ni bilo vodje, ki bi postavljalo cene (barometrično vodenje cen). U.S. Steel je kasneje znižalo cene svojim največjim odjemalcem, temu pa se je prilagodila tudi konkurenca, vendar nižja cena ni prinašala dobička, zato je U.S. Steel ponovno zvišala ceno, temu pa je sledila tudi konkurenc. Disciplina v panogi je bila spet postavljena.

Primer 10.8: INDIANA JONES IN SVETI GRAL**11. POGLAVJE****TRG PROIZVODNIH DEJAVNIKOV****Primer 11.1: ZAKAJ NE ZASLUŽIMO VSI ENAKO?**

Razlike med plačami so ogromne, sploh če pogledamo plače vrhunskih športnikov in minimalne plače delavcev v tovarnah.

- DEJAVNIKI NA STRANI POVPRŠEVANJA PO DELU: nekateri so plačani po učinku, torej je plača sorazmerna z mejnim produktom; bolj učinkoviti zaslužijo več
- DEJAVNIKI NA STRANI PONUDBE DELA: bolj izobraženi zaslužijo več; na tanačin se spodbuja vlaganje v znanje
- Izkušnje, delovni pogoji, tveganje poškodb, zadovoljstvo z delom, delovnik...

Primer 11.2: EKONOMSKI DOBIČKI IN MONOPSON NA TRGU VRHUNSKIH ŠPORTNIKOV**Primer 11.3: DEINDUSTRIALIZACIJA IN ZMANJŠANJE VLOG SINDIKATOV**

Prvi sindikati so bili ustanovljeni v času industrijske revolucije. V tem času so se povečevale razlike med člani in nečlani sindikatov. Vendar se članstvo v sindikatih neprestano zmanjšuje. Zakaj?

- povečevanje zaposlite v storitveni panogi
- privatizacija premoženja (manj privatnikov je v sindikatih)
- individualizem

Primer 11.4: ZAKAJ ŽENSK ZASLUŽIJO MANJ KOT MOŠKI?

Ženske zaslužijo do 30% manj kot moški. Razlogi so lahko:

- ženske zavzemajo večji del nižje ravni v posameznih institucijah (v OŠ je več učiteljic, na fakulteti je več profesorjev, v zdravstvu so ženske predvsem medicinske sestre, moški pa zdravniki, kirurgi...)
- ženske delajo manj nadur kot moški kolegi in so odsotne zaradi porodniških dopustov, nege otrok...

Vsi ti razlogi vplivajo na nižjo stopnjo produktivnosti, zato ni prisotna diskriminacija.