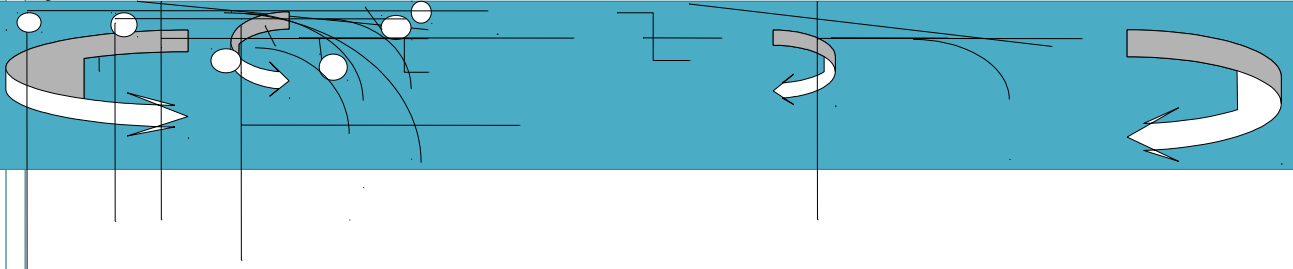


laja tara



TEMELJI EKONOMIJE

zapiski

6.10.2010

M. T.

1. KAJ PREUČUJE EKONOMSKA ZNANOST? Ekonomski problem.

Paul Samuelson: " Ekonomija raziskuje, kako ljudje in družba zaposlujejo redke resurse, ki imajo alternativno uporabo, s ciljem proizvajati različne dobrine in jih razdeliti med sedanjo in bodočo potrošnjo ter med posameznike in družbene skupine."

Ekonomija = teoretična, analitična veda, opazuje obnašanje ekonomskih osebkov+celotnega gospodarstva, poskuša izluščiti samo bistvene prvine, nato pa spoznati bistvene vzorčno-posledične zveze, ki jih imenujemo ekon. znanosti.

Ekonomija preučuje konflikt kako z omejenimi sredstvi zadovoljiti čim več želja.
Različna stališča ekonomistov ---> uporabne rešitve

Ekonomske ali relativno redke dobrine so omejene. Z dobrinami gospodarsko ravnamo.

Dobrine->zadovoljimo potrebe->rezultat proizvodnje->zavestna uporaba proizvodnih sredstev.

Mikroekonomija + makroekonomija = osnovni vede ekonomije.

Poslovno org.znanosti : reševanje problemov, ki naj omogočijo čim bolj učinkovito poslovanje

- Menedžment podjetij
- Računovodstvo
- Finance
- Org. proizvodnje
- Upravljanje s
- loveškimi viri
- Trženje

DELITEV EKONOMSKE ZNANOSTI:

MIKROEKONOMIJA: preučuje obnašanje posameznih potrošnikov, podjetji, trgov in panog v gospodarstvu. Poudarek je na individualnem obnašanju. (osnove delovanja podjetij, bolj pozitivna)

MAKROEKONOMIJA: osnove delovanja celotnega gospodarstva. Zanimajo jo agregati, kot so zaposlenost, BDP in spl. raven cen. Pri tem zanemarja podrobnosti.

METODE PREUČEVANJA:

METODA ABSTRAKCIJE (je glavna metoda!!)

- ❖ INDUKTIVNA - raziskovalna strategija, ki od splošnih zakonitostih sklepa na podlagi individualnih spoznanj.
- ❖ DEDUKTIVNA – pristop od spl. k posameznemu. Najprej razvijemo spl. zakonitost, ki jo nato uporabimo za pojasnjevanje obnašanja posameznih ekon. osebkov, trgov in gospodarstev. (hitreje pripelje do ekon. zakonitosti)

2 PRISTOPA:

POZITIVNI PRISTOP/ANALIZA – če opisuje ekon. dogajanje, ga razlaga, dokumentira, ponazarja s statističnimi podatki in na tej podlagi napoveduje prih. dogajanja. (ugotavljamo dejansko stanje-prih.: V letu 1999 je bila inflacija v Slo. 8%.)

NORMATIVNI PRISTOP – ekon. daje nasvete, kako naj gospodarstvo in ekon. osebki delujejo, da bodo učinkoviti. Značilne so vrednostne sodbe o tem, kako naj bi bilo, da bi gospodarstvo delovalo optimalno. (vrednostna sodba- prim.: Stopnja inflacije v Slo. Je previsoka.)

2 metodi z omejeno uporabnostjo v ekonomiji:

- ❖ NADZOROVANI EKSPERIMENT – ugotavljanje naravnih zakonitosti.
- ❖ EMPIRIČNA STATISTIČNO EKON.METODA – mogoče je preverjati, ali stvarnost potrjuje veljavnost z ekon. zakonitosti, do katerih smo prišli z abstrahiranjem.

2. EKONOMSKI PROBLEM DRUŽBE IN POSAMEZNIKA

Ekonomski problem: dobrin je premalo za zadovoljevanje vseh naših potreb.

Dobrine zadovoljujejo naše potrebe.

Potreba je občutek pomanjkanja (fiziološki ali psihološki)

POJMI:

Proizvodnja je proces, v katerem se preoblikujejo dejavniki in kjer se pridobiva dobrina oziroma produkt.

Proizvod ali produkt je rezultat proizvodnje (*lastnost: zadovoljtev potreb*)

Blago je menjalna vrednost, ki je hkrati uporabna in pripravljena za trg.

Cena je v denarju izražena vrednost blaga.

3 temeljna vprašanja: *kaj* proizvajaš, *kako* bomo proizvajali, *za koga* bomo proizvajali.

Gospodarski proces: proizvodnja, razdelitev (dohodki), potrošnja

- **PROIZVODNJA**

- **DOBRINE : -- PROSTE**
 --EKONOMSKE

- **PROIZVODNI DEJAVNIKI: -- NARAVA**
 -- KAPITAL
 --ČLOVEK

POTREBA:DOBRINA

Dobrine je toliko kot potrebe.

DOBRINA = POTREBA

Dobrine je več kot potrebe.

DOBRINA > POTREBA

Takšen odnos med dobrino in potrebo je zgolj **teoretična možnost**, saj se v vsakdanjem življenju le redko zgodi, da je dobrine prav toliko na voljo, kolikor je potrebujemo.

To so **proste dobrine ali neekonomske dobrine** (na primer zrak, toplota poleti, sončna svetloba).

Dobrin je manj kot potreb.

DOBRINA < POTREBA

To so **relativno redke ali ekonomske dobrine**. Njihova redkost je v denarnih gospodarstvih vidna v tem, da imajo ceno ali z drugimi besedami pri ceni nič je obseg povpraševanja večji od obsega ponudbe. S temi dobrinami je potrebno **gospodariti** (ekonomizirati).

(relativna redkost=primerjamo količino dobrine z obsegom potreb. –prim.-nafta!)

Prim.: dobrina= denar ; gospodarjenje je zavestna dejavnost, s katero razporejamo z dobrinami oz.sredstvi.

Gospodarjenje je

lovekova zavestna dejavnost s katero zmanjšuje omejenost

sredstev s katerimi zadovoljuje svoje potrebe. Sredstva, ki so sposobna zadovoljiti potrebe imenujemo **dobrine**. Gospodarjenje je torej zavestno zmanjševanje omejenosti dobrin. Njegov namen je zadovoljitev želj (materialnih, nematerialnih).

NAČELO GOSPODARJENJA:

- z danimi sredstvi → maksimalni učinek (sredstvo → učinek)
- dani učinek → z minimalnimi sredstvi (učinek →sredstva)

2.1. EKONOMSKI PROBLEM DRUŽBE

Proizvodnja (produkcija) – ljudje s svojimi delovnimi spobnosti s pomočjo delovnih priprav izdelujejo nove dobrine iz dobrin, ki jih ponuja narava, pri čemer upamo, da bo koristnost novega produkta večja od koristnosti prejšnjega (če ni tako – škart). Izdelane nove dobrine so proizvodi. Proizvodnja je začetna faza gospodarskega procesa. Potreben je določen čas ->dinamično reševanje ekonomskega problema. Za posameznika je najbolj redka dobrina denarni dohodek. Čim več denarja ima, tem več dobrin lahko kupi, da zadovolji potrebe. Če bi povišali denarni dohodek, bi imeli več denarja, a enako količino dobrin. Zato bi se cene vseh dobrin sorazmerno povišale – INFLACIJA.

PROIZVODNJI DEJAVNIKI: so vse stvari, katerih storitve so potrebne za proizvodnjo materialnih dobrin oz., tiste, ki pozitivno prispevajo h končnemu produktu.

- a) Glede na vlogo v produkcijskem procesu ločimo 3 skupine proizvodnih dejavnikov:
 - Delo
 - Delovna sredstva (postopno se obrabljajo)
 - Predmeti dela (v celoti se porabijo)
- b) Glede na dohodke, ki jih njihovi lastniki prejemajo v razdelitvi:
 - Delo (dohodek:plača)
 - Kapital (dohodek:dobiček (ali obresti, če kapital posodimo))
 - Zemlja (dohodek:renta)

Proizvodijski dejavniki so omejeni. Zato družba odgovarja na :

1. Kaj in koliko proizvajati?

Ker so proizvodni dejavniki omejeni, se moramo odločiti, katere dobrine bomo proizvajali in v kakšni količini.

2. Kako proizvajati?

Vsak proizvod lahko proizvajamo z različno tehnologijo. Če porabimo več dela, gre za delovno-intenzivno tehnologijo. Kadar uporabimo sorazmerno več kapitala – kapitalno-

intenzivna tehnologija. Namen družbe: proizvesti z najmanjšo porabo in čim bolj uspešni proizvajalci. (izokavtna krivulja ali krivulja enakega proizvoda- stroški za dani proizvod najnižji)

3. Za koga proizvajati?

>>koliko naj kdo dobi<< -če je to vezano na produkcijo se nanaša na razdelitev. Metila razdelitve:

- Delitev po delu
- Delitev po lastnini faktorjev
- Delitev po potrebah
- Egalitarna razdelitev itd.

MEHANIZEM
PROIZVODNJE:

DOLOČITVE OBSEGA

PROIZVODNI
DEJAVNIKI
(DRUŽBENI SKLAD
DELA)

MEHANIZEM

DOBRINA DOBRINA 2

DOBRINA 3

DOBRINA 4

DRUŽBENE POTREBE

Družba
katerimi je
najnujnejše

sorazmerne delitve družbenega sklada dela. Družbeni sklad dela: proizvodni dejavniki, izraženi s količino dela.

proizvaja tiste dobrine, s
mogoče zadovoljevati
družbene potrebe.- zakon

2 glavni vrsti glede na namen produkcije:

- **naturalna proizvodnja** = proizvodnja proizvodov, ki jih člani družbe proizvajajo za lastne potrebe.
- **blagovna produkcija**, je proizvodnja proizvodov za prodajo oz. menjavo z drugimi proizvodi na trgu.

BLAGO- proizvodi, ki so namenjeni menjavi na trgu. Blago je proizvod človekovega dela in narave, ima uporabno in menjalno vrednost. Uporabna vrednost so tiste koristne lastnosti, ki lahko zadovoljijo človekovo potrebo. Menjalna vrednost blaga pa je količina drugega blaga, ki ga dobimo v menjavi za enoto blaga.

Cena= število denarnih enot, ki v menjavi dobimo za enoto blaga.

Gospodarski proces vsake družbe je sestavljen iz 3 stopenj: PRODUKCIJE, RAZDELITVE IN POTROŠNJE. Menjava je stopnja gospodarskega procesa, preko katere v blagovni produkciji razdelimo proizvodnjo in ta nastopa pred potrošnjo. Proizvodnja po vrstah dobrin in tudi razdelitev sta bila že v naprej določena s planom in že pred začetkom proizvodnje je bilo vse jasno, kaj dobo

proizvajali, kaj in koliko bo kdo delal ter tudi, kolikšen delež proizvodnje po vrstah in količinah dobrin mu pripada. – PLAN

Zato tudi zg. obl. zakona sorazmerne delitve družb. sklada dela v naradni produkciji pravimo ZAKON TOTALNEGA PLANIRANJA. Pomemben je trg s ceno proizvoda. Proizvajalci opazujejo ceno in na podlagi njenega gibanja sklepajo, kaj se splača proizvajati. Če cena kakšnega proizvoda zelo naraste, bodo praviloma proizvajalci tega proizvoda vsaj začasno prejeli visoke dobičke, kar bo spodbudilo nove proizvajalce, da pričnejo z njegovo proizvodnjo. Ko se bo proizvodnja začela, lahko pričakujemo padec cene, družbene potrebe pa bodo bolj zadovoljene.

Blagovna produkcija- ZAKON VREDNOSTI S TRŽNIM MEHANIZMOM.

Proizvodnja se poveča, zaradi družbenih potreb- cene padejo.

Proizvodnja se zmanjša, zaradi družbenih potreb -cene narastejo.

Mehanizem cene s tržnim mehanizmom se uresničuje zakon sorazmerne delitve družbenega sklada dela, ki ga blagovni produkciji imenujemo zakon vrednosti. Tržni in cenjski mehanizem- glavna koordinacijska mehanizma. Prisotna sta oba. Govorimo o mešano tržno-planskem mehanizmu v katerem drž. v funkciji planerja opravlja popravke nezaželenega delovanja trga.

Najpomembnejše pomanjkljivosti plana: neenakost med ljudmi, obstoj nepopolnih tržnih struktur, trg ne zagotavlja enakomerne in stabilne gospodarske rasti. Dodamo lahko še nezadostno proizvodnjo javnih dobrin in nemoč presejanja zunanjih učinkov.

URESNIČEVANJE ZAKONA SORAZMERNE DELITVE DRUŽBENEGA SKLADA DELA

	Naturalna proizvodnja	Blagovna proizvodnja	Sodobna proizvodnja
Mehanizem	Plan	Tržni (censki)	Tržno- planski
Zakon	Zakon totalnega planiranja	Zakon vrednosti	Kombinacija trga in plana

Transformacijska krivulja(glej graf) – kaj in koliko proizvajati, je mogoče grafično ponazoriti. PAUL SAMUELSON preučuje možnosti družbene proizvodnje:

Možnosti	Maslo (v 1000 ton)	Topovi (v 1000)
A	0	15
B	1	14
C	2	12
D	3	9
E	4	5
F	5	0

(predpostavka- omejeni proizvodni dejavniki in polno zaposleni.

topovi

maslo

Lastnosti transformacijske krivulje:

Opportunitetni stroški produkcije naraščajo. Nima stalnega naklona, ta se spreminja ko se premikamo po krivulji navzdol. (dokaz: če v vsaki točki narišemo tangento na krivuljo opazimo da tangenta postaja vse bolj strma; naklon izrazimo s količino masla, ki se mu odrečemo da povečamo št. Topov za 1 enoto, količina masla, ki se mu odpovemo je strošek družbe za proizvodnjo topov, obratno je pri proizvodnji masla.).....Opportunitetni stroški-alternativni stroški

Krivulja je padajoča (dokaz: ob omejeni količini proizvodnih dejavnikov ni mogoče hkrati povečati obseg proizvodnje obeh proizvodov.) Proizvodnje dejavnike je treba preusmeriti oz "transformirati" iz proizvodnje enega v proizvodnjo drugega. Od tod tudi ime krivulje.

Točke nad in pod krivuljo: nad- se družba ne more nahajati, saj jo pri tem omejuje razpoložljiva količina proizvodnih dejavnikov. Pod- je družba takrat, če proizvodni dejavniki niso polno zaposleni- krize, recesije.

LASTNOSTI KRIVULJE:

- **krivulja ni premica:** oportunitetni stroški produkcije naraščajo
- **krivulja je padajoča:** zakon odpovedovanja; pri povečanju ene dobrine, se moramo odpovedati drugi
- **točka na krivulji:** □ kaže maksimalno možnost
□ kaže vse tvorce resurse
□ uporaba na najboljši možni način

PADAJOČA (zakon odpovedovanja, relativna redkost proizvodnih dejavnikov)

NAKLONSKI KOT (je odvisen od razmerja v produktivnosti proizvodnih dejavnikov)

KONKAVNA (alternativni stroški naraščajo, različna uporaba proizvodnih dejavnikov)

Premiki transformacijske krivulje

a) vzporedni premik navzgor

proizvodnja obeh vrst proizvodov enakomerno narašča (če se poveča količina dejavnikov ali zaradi znanstveno-tehnološkega razvoja mogoče proizvajati večjo količino dobrin.

topovi

maslo

b) *vzporedni premik navzdol*

zmanjšala bi se proizvodnja zaradi zmanjšane količine proizvodnih dejavnikov (vojne, naravne katastrofe)

topovi

maslo

c) *nevzporedni premik*

Družba je investirala v proizvodnjo topov-prišlo je do tehnološke inovacije v proizvodnji topov.

Družba je sorazmerno več investirala v proizvodnjo topov-nastopile so večje tehnološke inovacije v proizvodnji topov.

topovi

maslo

2.2 EKONOMSKI PROBLEM POSAMEZNIKA (POTROŠNIKA)

- Omejen dohodek
- Potrebe
- Ekon. dobrine

- Cene blaga

Lestvica možnosti potrošnje:

DOH = 30 EUR DOHODEK DOH 30EUR 5EUR
 C_o = 6 EUR CENA OBLEKE C 6EUR
 C_H = 2 EUR

MOŽNOSTI	ENOTA HRANE	ENOTA OBLEKE
A	0	5
B	3	4
C	6	3
D	9	2
E	12	1
F	15	0

Graf: Premica cene ali premica alternativnih možnosti potrošnje

LASTNOSTI PREMICE:

točka na krivulji: pove nam max.možen nakup pri danem dohodku in danih cenah

je premica: naklonski kot se NE spreminja, enako razmerje med cenami

premica je padajoča: omejeni smo z dohodkom in ob povečanju nakupa, moramo znižati nakup 2 dobrin

$$\tan \alpha = \frac{C_h}{C_o}$$

naklonsko kot merimo :

Koncept oportunitetnih stroškov. (s tem je izražena cena prostega časa. Čim bolje plačano delo lahko opravljamo v prostem času tem večji so oportunitetni stroški prostega časa.)

KORISTNOST DOBRIN IN OPTIMUM POTROŠNIKA:

Zakon o padajoči mejni koristnosti- iz ravnanja potrošnikov lahko sklepamo, da je korist dobrine odvisna od intenzivnosti potrebe in porabljene količine dobrine....uporabimo ga za razlago ravnanja posameznika pri uporabi njegovega omejenega dohodka za nakupe dobrin.; Skupno zadovoljstvo ali korist od porabe vseh enot dobrin imenujemo skupna (celotna) koristnost. Spremembo skupne koristnosti, ki nastane zaradi porabe dodatne enote, imenujemo mejna (dodatna, marginalna) koristnost. S povečevanjem uporabe dobrine se mejna koristnost dodatnih enot znižuje, ker je potreba vedno bolj zadovoljena. S prekomerno uporabo dobrine->negativne posledice.

Koristnost dobrin: takrat, ko je dobrina 'sposobna' zadovoljiti določeno potrebo. To pomeni, da potrošnik kupi neko dobrino zaradi njene koristnosti ali uporabnosti; ima tudi različen odnos do nje glede na količino njene porabe. (žejen v Sahari)

LESTVICA SKUPNE IN MEJNE KORISTNOSTI:

količina	Skupna korist	Mejna korist
0	0	
		4
1	4	
		3
2	7	
		2
3	9	
		1
4	10	
		0
5	10	

- **Skupna korist:** korist vseh porabljenih dobrin; vsota mej
 - **Mejna korist:** koristnost posamezne porabljene enote
- Graf: skupna korist:

Graf: mejna korist

Posameznik, ki gospodari, se odloča o strukturi nakupa, s katero bo pri uporabi dobrin dosegel največjo skupno korist, OPTIMUM POTROŠNIKA. Pri tem upošteva 2 kriterija:

- (Kriterij koristnosti, --prikažemo ga grafično z indiferenčnimi krivuljami
- Kriterij dohodka cen --prikažemo ga s premico cen)

$$\text{opt. potr.} = \frac{C_a}{C_b} = \frac{MK_a}{MK_b}$$

- **KRITERIJI DOHODKOVNIH MOŽNOSTI**
- **KRITERIJ KORISTNOSTI**

Ceni dobrin sta skladni mejnima koristnostima dobrin.

TRETJE PA ČETRTO POGlavJE NI IZPISAN IZ KNJIGE!!!!!!

3. TRŽNI MEHANIEM IN ANALIZA POVPRASEVANJA

TRG IN NJEGOVA STRUKTURA:

- Abstraktno: Stik med kupci in prodajalci.
Panoga: skupina proizvodov, v kateri vidijo kupci istovrstno blago.
- Različne vrste trgov (živilski, avtomobilski....)
- Pomembna je stopnja konkurence (tako med kupci kot med prodajalci)
Kazalci = število prodajalcev + kupcev

□ velikost (kapital, zaposleni)

□ tržni delež

□ informiranost

□ vstop (mobilnost) v panogo

□ homogenost blaga

□ racionalno obnašanje kupcev in prodajalcev

S konkurenco želijo kupci in prodajalci reševati nasprotje interesov: kupci želijo kupovati poceni, prodajalci prodajati drago.

Konkurenca poteka s ceno – CENOVNA KONKURENCA. Pogostejša je NECENOVNA KONKURENCA-kakovost blaga, oglaševanje, pospeševanje prodaje.

PRIMERI KONKURENCE:

- monopol
- oligopol
- čista konkurenca

- popolna konkurenca

Stopnja konkurence je različna. Ta določa tržno strukturo. Dejavniki, ki določajo tržno strukturo:

- Št. Kupcev in prodajalcev (**Število kupcev in prodajalcev ter količina nakupa oziroma prodaje vsakega izmed njih je na različnih trgih zelo različna.)**
- Stopnja diferenciacije proizvodov (**Stopnja diferenciacije proizvodov določa, v kakšni meri kupci ločijo med proizvodi.)**
- Stopnja mobilnosti proizvodnih dejavnikov (**Gre za vprašanje ali je mogoče preseliti proizvodne dejavnike iz panog, kjer se cena znižuje in imajo proizvajalci izgube, v panoge, kjer cena narašča in omogoča vsaj začasno visoke dobičke.)**

VRSTE TRGOV GLEDE NA STOPNJO KONKURENCE:

Št.kupcev št. prodajalcev	EN KUPEC	MALO KUPCEV	VELIKO KUPCEV
EN PRODAJALEC	Obojestranski monopol	Omejeni monopol	Monopol
MALO PRODAJALCEV	Omejeni monopson	Obojestranski oligopol	Oligopol
VELIKO PRODAJALCEV	Monopson	Oligopson	Čista konkurenca

MODEL POPOLNE KONKURENCE: 3 TEMELJNE ZNAČILNOSTI:

- Produkti so homogeni
- Veliko št.kupcev in prodajalcev (čista konkurenca)
- Popolna mobilnost proizvodnih dejavnikov (prosta konkurenca)

POVPRAŠEVANJE:

Proučevanje: _____

- **Delovanje kupcev**
- **Trg določenega blaga**
- **Zakon povpraševanja** (izjema je Giffenovo blago oz. meritorne dobrine)
 - učinek realnega dohodka (če se cena poveča, se realni dohodek zniža-kupoval bo manj; dohodek se ne spremeni)

 - učinek substitucije (če se cena določene dobrine poveča, potrošnik kupuje substitute; kupoval bo manj dol.dobrin- cena substituta se ne spremeni)

- **Krivulja povpraševanja** □ individualna in tržna

LESTVICA POVPRŠEVANJA:

Dejavniki:

- Cena blaga se zviša ali zniža
- Cena ostalih dobrin (komplementarne ali substituti)
- Dohodek potrošnika
- Reference/želje potrošnika

SPREMEMBA POVPRŠEVANJA:

Ob upoštevanju C. P.

- Sprememba obsega povpraševanja (ko se spremeni cena blaga -cena dol.dobrine- premik po krivulji)

- Sprememba samega povpraševanja (ko se spremenijo ostali dejavniki povpraševanja – premakne se krivulja)

Povpraševanje se poveča, če se:

- Poveča potrošnikov dohodek
- Povečajo preference po tej dobrini
- Poveča cena substituta
- Zniža cena komplementarne dobrine

ELASTIČNOST POVPRŠEVANJA:

Elastičnost povpraševanja je mera, s katero izmerimo, za koliko se (obseg) povpraševanja spremeni, če se spremenijo tržni pogoji.

MOŽNE VRSTE SPREMEMBE TRŽNIH POGOJEV

SPREMEMBA	VSRTI ELASTIČNOSTI
▪ Cene določene dobrine	Cenovna elastičnost
▪ Dohodka potrošnikov	Dohodkovna elastičnost
▪ Cene drugega blaga	Križna elastičnost

Koeficient cenovne elastičnosti:

$$E_p = \frac{\Delta Q * P}{\Delta P * Q}$$

Koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja izmeri, za koliko se spreminja obseg povpraševanja po neki dobrini, če se njena cena spremeni za 1% c.p..

To je običajno negativno število, ki zavzema vrednosti od 0 do $-\infty$.

TIPIČNE VRSTE POVPRASEVANJA GLEDE NA VREDNOST KOEFICIENTA

E_p	$E_p=0$	$0 < E_p < 1$	$E_p=1$	$1 < E_p < \infty$	$E_p = -\infty$
POVPRAŠEVANJE	Popolnoma neelastično	Neeelastično	Usklajeno elastično	Elastično	Popolnoma elastično
REL.PRIMERJAVA VEL.SPRE.Q IN P	Q se sprem., če se sprem. P	Q se relat. sprem. manj kot P	Q in P se relat.sprem. za enak %	Q se relat. sprem. bolj kot P	Potrošniki kupujejo kateokoli d. pri obstoječi P

KRIVULJE POVPRASEVANJA Z RAZLIČNIMI VREDNOSTMI KOEFICIENTA CENOVNE ELASTIČNOSTI:

DEJAVNIKI CENOVNE ELASTIČNOSTI POVPRASEVANJA:

- Značaj blaga
- Časovno obdobje □ kratkoročna cenovna elastičnost povpraševanja (manj elastično)
□ dolgoročna cenovna elastičnost povpraševanja (bolj elastično)
- Delež izdatkov za blago v potrošnikovem dohodku
- Obstoj substitutov (več jih je, bolj je elastično)

ODNOS MED CENOVNO ELASTIČNOSTJO IPOVPRAŠEVANJA, SPREMEMBO CENE IN SPREMEMBO CELOTNEGA DOHODKA POVPRŠEVANJA

SPREMEMBA CENE	NEELASTIČNO $E_p < 1$	ELASTIČNO $E_p > 1$	USKLAJENO ELASTIČNO $D(E_p = 1)$
SE POVEČA	Dohodek se poveča	Dohodek se zmanjša	Dohodek se ne spremeni
SE ZMANJŠA	Dohodek se zmanjša	Dohodek se poveča	Dohodek se ne spremeni

$$E_{AB} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B} * \frac{P_B}{Q_A}$$

KRIŽNA ELASTIČNOST POVPRŠEVANJA:

Ta nam pove, za koliko % se spremeni povpraševanje po dobrini A, če se spremeni cena dobrine B za 1%.

Križna elastičnost: E_{AB}

Substituti: $E_{AB} > 0$

Komplementarne dobrine: $E_{AB} < 0$

$E = 0$ nista povezani dobrini

DOHODKOVNA ELASTIČNOST:

Koeficient dohodkovne elastičnosti povpraševanja pokaže, za koliko % se spremeni povpraševanje po blagu, če se potrošnikov dohodek spremeni za 1%.

$$E_M = \frac{\Delta Q}{\Delta M} * \frac{M}{Q}$$

Tipične vrednosti:

- $E_M > 1$ □ luksuzne dobrine
- $E_M < 1$ □ nujne dobrine (eksistenčne dobrine)
- $E_M < 0$ □ inferiorne dobrine (manj vredne)

ANALIZA PONUDBE:

Ponudbe so vse sile, ki delujejo na trgu preko ponudnikov (prodajalcev),

Ponudba:

- Delovanje ponudnikov
- Trg določanja
- Zakon ponudbe (ponudniki pri višji ceni pripravljene ponuditi več)
- Dejavniki ponudbe (stroški, cena dol.dobrine, pokvarljivost blaga, potreba po likvidnih sredstvih, zaloge)

LESTVICA IN KRIVULJA PONUDBE

POVEČANJE PONUDBE:

- Znižanje stroškov, c.p.
- Višje potrebe po likvidnih sredstvih, c.p.
- Večja pokvarljivost blaga, c.p.
- Dvig zalog

SPREMEMBA OBSEGA PONUDBE:

Spremeni se cena določene dobrine: če se P zviša, se poveča obseg ponudbe, ker:

- Obstoječi proizvajalci proizvajajo več
- Se pojavijo novi proizvajalci

ELASTIČNOST PONUDBE:

- Cenovna elastičnost ponudbe

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$$

- Koeficient cenovne elastičnosti ponudbe
- Tipične vrednosti:
 - neelastična ponudba v KRATKEM OBDOBJU
 - elastična ponudba v DOLGEM OBDOBJU

Grafični prikaz elastične ponudbe

Dejavniki vpliva:

- Obstoječe zmogljivosti (proste zmogljivosti: $E < 1$)
- Nove investicije ($1 < E$)
- Popolnoma toga ponudba ($E = 0$)
- Negacija zakona ponudbe

TRŽNO RAVNOVESJE:

Dosežemo ga takrat, ko je ponudba enaka ponudbi povpraševanja. Določi se ravnotežna cena in ravnotežna količina.

PRESEŽNA PONUDBA

PRESEŽNO POVPRASEVANJE

MINIMALNA CENA je minimalna na trgu; zaščiti podjetja, vendar zanj to ni dobro. Je višja od ravnotežja.

MAXIMALNA CENA je nižja od ravnotežja in zaščiti kupce oziroma standard potrošnikov.

ADMINISTRATIVNA CENA je cena, ki jo določi država.

4. RAVNOTEŽJE POPOLNEGA KONKURENTA

OPREDELITEV ODBDOBIJ:

- **ZELO KRATKO ODBOBJE** (ponudba se oblikuje iz zalog)
- **KRATKO ODBOBJE** (ponudba se prilagaja povpraševanju z zmanjšanim ali povečanjem produkcije)
- **DOLGO ODBOBJE** (ponudba se popolnoma prilagodi povpraševanju)

CILJI PODJETJA:

Mikroekonomska teorija gradi na predpostavki, da temeljni cilj delovanja kateregakoli proizvajalca maksimalni dobiček, ki ga zapišemo:

$$\Pi = TR - TC = (P \times Q) - TC$$

KRATKOROČNI STROŠKI:

V kratkem obdobju so celotni stroški podjetja vsota fiksnih in variabilnih stroškov.

$$TC = FC + VC$$

Fiksni stroški (FC) nastanejo zaradi fiksnih produkcijskih faktorjev in niso odvisni od obsega produkcije. V podjetju nastajajo vedno v enaki višini, tudi kadar ustavimo proizvodnjo (*plače varnostnikov, vratarjev, najemnina za zgradbe...*)

Variabilni stroški (VC) nastajajo z uporabo variabilnih produkcijskih faktorjev in se spreminjajo z obsegom produkcije (*plačilo zaposlenih, materialni stroški, obresti za kredit...*).

KRIVULJA CELOSTNIH STROŠKOV, FC IN VC PODJETJA V KRATKEM ODBOBJU

povprečni stroški igrajo bistveno vlogo pridoločanju obsega produkcije in jih dobimo tako, da stroške (TC, VC, FC) delimo z obsego produkcije.

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

Povprečni celotni stroški AC so celotni stroški na enoto produkta

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

Povprečni fiksni stroški AFC so fiksni stroški na enoto produkta

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

Povprečni variabilni stroški AVC so variabilni stroški na enoto produkta

Mejni stroški so prirastek celotnih stroškov, ki nastanejo zaradi proizvodnje dodatne enote proizvoda :

$$MC_n = TC_n - TC_{n-1} = (FC + VC)_n - (FC + VC)_{n-1} = VC_n - VC_{n-1}$$

KRIVULJA POVPRŠEVANJA IN MEJNIH STROŠKOV V KRATKEM OBDOBJU

KRATKOROČNA KRIVULJA STROŠKOV ZA RAZLIČNO VELIKA PODJETJA

Krivulja dolgoročnih povprečnih stroškov je ovojnica krivulj kratkoročnih povprečnih stroškov in povezuje točke, ki predstavljajo minimalne dolgoročne povprečne stroške za vsak obseg produkcije.

KRIVULJA DOLGOROČNIH POVPREČNIH STROŠKOV PRI MNOŽICI PROIZVODNIH OBRATOV

Panoge z različnimi krivuljami dolgoročnih povprečnih stroškov

Prihranki obsega :

- Se pojavijo na padajočem delu krivulje dolgoročnih povprečnih stroškov, ko stroški po enoti produkcije padajo zaradi večanja obsega produkcije.
- Čim daljši je padajoči interval funkcije LAC, tem večji so prihranki obsega.

Prednosti masovne produkcije:

PRIHRANKI OBSEGA

Tehnološki prihranki obsega Denarni prihranki obsega Vodstveni prihranki obsega

Tehnološki prihranki obsega:

'pravi' prihranki obsega, ki upravičujejo obstoj velikih proizvodnih enot (*tekoči trak, robotika...*)

Vodstveni prihranki obsega:

Pri proizvodnji v večjem obsegu je nekatera dela lažje usklajevati in porazdeliti, tako se tudi stroški upravljanja in vodenja porazdelijo na večje število proizvodov

Denarni stroški obsega:

Če podjetje doseže nižje cene od tržnih pri nabavi produkcijskih faktorjev ali druge ugodnejše pogoje za svoje poslovanje zaradi velike pogajalske moči v odnosu do delodajalcev.

- To niso 'pravi' prihranki

KRIVULJA DOLGOROČNIH CELOTNIH STROŠKOV IN DOLGORONI MEJNIH STROŠKOV

Celotni stroški

Mejni stroški

5. MONOPOL

5.1. Opredelitev monopola in vzroki za njegov nastanek

Monopol je tržna struktura, v kateri en sam proizvajalec prodaja proizvode številnim kupcem. Njegov proizvod nima bližnjega substituta. Je en sam, zato ima monopolist pomemben vpliv na ceno proizvoda.

Glavni vzroki za nastanek monopola:

- **prihranki obsega**
- **Izključni nadzor podjetja nad uporabo ključnih produkcijskih faktorjev**
- **Patenti**
- **Državne licence in dovoljenja za poslovanje v panogi**

1. Prihranki obsega

Kadar dolgoročni povprečni stroški padajo na celotnem pasu proizvodnje, bo zahtevano tržno količino proizvodnje proizvedlo najceneje, ob najnižjih stroških (LAC_m) eno podjetje, ki bo prvo razširilo proizvodnje do obsega Q_m in doseglo najnižje stroške ter izrinilo vse manjše producente. Prihranki obsega so vzrok za obstoj monopola v infrastrukturnih panogah (telekomunikacije, železnica itd.) in najpogostejši vzrok monopolne moči. Najpogosteje-tehnološki razlogi, saj so trajen vir.

Graf:

2. Izključni nadzor podjetja nad uporabo ključnih produkcijskih faktorjev

Eno podjetje ima v lasti pomembne produkcijske faktorje. Onemogoča uporabo teh faktorjev za druga podjetja, npr. redek naravni vir. Takšen nadzor ni večen. Ostala podjetja lahko razvijejo substitute ali metode proizvodnje teh ključnih produkcijskih faktorjev, zato je obstoj monopola začasen.

3. Patenti

S patentno zakonodajo se zaščiti inovacije pred njihovo prosto uporabo. Patent daje njegovemu lastniku pravico do izključne uporabe inovacije v praksi za določeno obdobje. Monopolni položaj lahko uspava podjetje, saj omogoča lagodno življenje brez inovacij.

4. Državne licence in dovoljenja za poslovanje v panogi

Država pogosto hkrati predpiše pogoje poslovanja, kakovost, ceno... podeli franšizo in koncesijo.

5.2. Monopolistova krivulja povpraševanja in mejnega prihodka

Konkurent se tržni ceni prilagaja, zato je njegova krivulja elastična. Monopolist pa je na trgu en sam. Vsi kupci kupujejo pri njem, zato je tržna krivulja povpraševanja hkrati tudi njegova krivulja povpraševanja. Monopolistova in hkrati tržna krivulja povpraševanja je torej padajoča in predstavlja ceno proizvoda.

Graf: individualna krivulja povpraševanja popolnega konkurenta in monopolista

Pri monopolistu krivulja mejnega prihodka ni enaka njegovi krivulji povpraševanja, temveč leži pod njo zato, ker mora monopolist, če poveča prodajo znižati ceno vsem svojim proizvodom. Za monopolista je mejni prihodek vedno manjši od cene blaga.

Graf: monopolistova krivulja povpraševanja mejnega prihodka (mejni prihodek je prirastek celotnega prihodka.)

Graf: monopolistova krivulja celotnega in mejnega prihodka ter elastičnost povpraševanja

Ko je povpraševanje neelastično, celotni prihodek monopolista pada zato na tem intervalu ni smiselno izbirati obsega produkcije. Monopolist bo izbral obseg produkcije pri količinah, ko celotni prihodek narašča, oz., kjer je povpraševanje elastično.

5.3. neučinkovitost monopola

Monopolist proizvaja optimalni obseg produkcije z najnižjimi stroški, zato je tudi v monopolu prisotna proizvodna učinkovitost.

Ker je monopolna cena večja od mejnih stroškov ($P > MC$), je v monopolu prisotna ALOKACIJSKA NEUČINKOVITOST. Potrošniki so za dodatno enoto blaga pripravljene plačati več kot znašajo njegovi oportunitetni stroški proizvodnje. Proizvodnja tega blaga je premajhna. V njegovo proizvodnjo bi bilo potrebno usmeriti (alocirati) več produkcijskih faktorjev. Z realokacijo (prerazporeditvijo) v to panogo bi dosegli večjo družbeno blaginjo.

Izgube zaradi alokacijske ekonomske neučinkovitosti monopola imenujemo mrtve izgube (deadweight loss). Mogoče jih je empirično izmeriti.

Zaradi mrtvih izgub, ki so posledica obstoja monopola na nekaterih trgih in izrabljanja monopolne moči, si vse države prizadevajo omejovati negativne posledice monopolne moči s protimonopolno zakonodajo.

5.4. naravni monopol in njegova regulacija

Naravni monopol je v panogi prisoten, kadar povprečni dolgoročni stroški padajo na celotnem intervalu proizvodnje, ki je potreben za zadovoljevanje tržnega povpraševanja. Tedaj podjetje izkorišča prihranke obsega.

Za uravnavanje naravnega monopola se uporablja državna regulacija. Cene naravnega monopola bi lahko določili na popolnokonkurenčni ravni (P_{pk}) - na ravni mejnih stroškov. Ker so mejni stroški

tedaj manjši od povprečnih, bi podjetje proizvajalo z izgubo. Ker so državne subvencije nepriljubljene, je druga možnost, da država določi cene na ravni povprečnih stroškov. S tem se sicer odpovemo največji alokacijski ekonomski učinkovitosti, ker se cene večje od mejnih stroškov, vendar omogočimo podjetjem, da sama pokrivajo stroške.

V splošnem, se določeni obliki cenovne regulacije še vedno ni mogoče izogniti pa vendar se je med ekonomisti uveljavilo prepričanje, da bi bilo cenovno regulacijo mogoče opustiti, ker so se uveljavile druge alternativne oblike, ki jo uspešno nadomestijo:

- državna lastnina (država sama določa cene in pokriva izgube; ni se mogoče v celoti izogniti regulaciji)
- konkurenca med potencialnimi nosilci storitev naravnomonopolnih panog (konkurenco v panogi naj bi nadomestila konkurenca za vstop v panogo. Država naj bi natančno opredelila storitev, privatna podjetja pa bi s prijavo na natečaj tekmovala za pridobitev pravice do opravljanja dejavnosti.)
- konkurenca med naravnomonopolnimi panogami (npr. transport-železnica je naravni monopol. Zaveda se konkurence, regulacija ni potrebna)
- kontestabilni trgi (temeljijo na ideji o prostem vstopu in izstopu podjetij iz panoge-to je tudi pogoj za veljavnost teorije kontestabilnosti. Podjetja se zavedajo možnosti vstopa ostalih podjetij v panogo zato ne bodo izkoriščala monopolnega oz. oligopolnega položaja. npr. letalsko prevoznništvo. To je možno v panogah, ki niso preveč kapitalno-intenzivne. Naravnomonopolne panoge z drago infrastrukturo pa so praviloma visoko kapitalno-intenzivne, zato je uporabnost teorije kontestabilnosti zanje omejena. Potreba po cenovni regulaciji še vedno ostaja.)

6. OLIGOPOL

6.1. opredelitev oligopola

V oligopolu proizvaja majhno št. Velikih podjetij, ki prodajajo proizvode množici kupcev. (npr. Chrysler, Ford) proizvodi oligopolistov so lahko : homogeni ali diferencirani. Pri vstopu in izstopu na trg so prisotne ovire(naravne ali umetne-npr.visoki stroški) vstopa, zato ni proste mobilnosti produkcijski faktorjev. Takšno obnašanje podjetji, ki preprečujejo vstop potencialnim konkurentom imenujemo strateško obnašanje oligopolistov.

6.2. obnašanje oligopolne panoge in rezultati delovanja

NI ENOTNE TEORIJE, KI BI POJASNJEVALA OBNAŠANJE IN REZULTATE DELOVANJE OLIGOPOLOV.

K analizi OLIGOPOLOV je mogoče pristopiti na tri različne načine:

- Z modeli oligopola
- Z lomljeno krivuljo povpraševanja
- S teorijo iger

MODELI OLIGOPOLA: Cournotov model, Stackelbergov model, Bertrandov model

Medsebojno se razlikujejo po uporabljenih predpostavkah o obnašanju oligopolistov:

- ali gre za homogene ali diferencirane proizvodež
- za cenovno konkurenco ali
- konkurenco s količino

Do rešitev modelov pridemo, če predpostavimo, da tidu oligopolisti v težnji po doseganju čim večjega dobička izenačujejo mejni prihodek z mejnimi stroški. V splošnem- oligopolne cene so višje od popolno konkurenčnih in nižje od monopolnih, oligopolne količine pa večje od monopolnih in nižje od popolnokonkurenčnih.

Izjema je Bertrandov model: oligopolisti si medsebojno konkurirajo tako, da drug drugemu znižujejo ceno toliko časa, da se cena končno oblikuje na ravni mejnih stroškov. S tem je dosežen popolnokonkurenčni rezultat.

LOMLJENA KRIVULJA POVPRŠEVANJA

Prikazuje pričakovanja oligopolista o reakcijah ostalih oligopolistov v panogi na njegove spremembe cene.

Oligopolist pričakuje, da bodo v primeru, če sam zniža ceno, tudi ostali oligopolisti znižali ceno. Zaradi tega bo z znižanjem cene pridobil le malo kupcev, saj ti nimajo razloga, da bi zapuščali svoje dosedanje prodajalce, glede na to, da so se tudi njihovi proizvodi pocenili. graf:

.. Sklep: če se stroški povečajo, se obseg
 produkcije oligopolista in cena ne
 ... spremenita. –ADMINISTRATIVNE

CENE. (dogovorjena cena med

oligopolisti.)

PRIMER ANALIZE OLIGOPOLA S TEORIJO IGER

Je matematična teorija, ki analizira strateško obnašanje oligopolistov v razmerah konfliktnosti interesov zaradi medsebojne konkurence. Rezultati, ki so lahko povečanje dobička, tržnega deleža, celotnega prihodka itd., so prikazani v t.i. matriki odnosov. Rešitev ni optimalna ker olig. konkurirata. Teorija je ena najbolj priljubljenih orodij v mikroekonomski znanosti. (-)analizira samo duopol.

7. TRŽNE STRUKTURE V PRAKSI

7.1. Primerjava tržnih struktur: Popolna konkurenca-monopol, monopolistična konkurenca-oligopol

	Popolna konkurenca	Monopol	Monopolistična konkurenca	Oligopol
		Opredelitev		
Št. kupcev in prodajalcev	veliko	En prodajalec, veliko kupcev	veliko	Malo prodajalcev (3-5), veliko kupcev
Diferenciacija proizvodov	Homogeni proizvodi (substituti)	En proizvod, homogen	Diferencirani proizvodi	Enaki ali diferencirani proizvodi

Stopnja mobilnosti proizvodnih dejavnikov	Popolna (prost vstop in izstop podjetij)	Ovire vstopa	Popolna (prost vstop in izstop podjetij)	Ovire vstopa - strateške
Rezultati				
Cene	$P = MC$	$P > MC$	$P > MC$, nižja kot v monopolu	$P > MC$ nižja kot v monopolu
Količina proizvodnje	Največja	Manjša kot v p.k.	Manjša kot v p.k., večja kot monopol	Manjša kot v p.k., večja kot monopol
Dobiček	Ni dobička	dobiček	Ni dobička	dobiček

7.2 PROTIMONOPOLNA ZAKONODAJA:

- Danes uzakonjena v vseh razvitih zahodnih državah
- Prepoveduje izkoriščanje monoplne moči na tistih trgih, kjer so prisotni monopoli
- *1. monopolni zakon je bil sprejet leta 1889 v Kanadi*
- *Shermanov zakon v ZDA, leta 1890*; ta je prepovedal nastajanje monopolov in monopolno dogajanje oz.dogovarjanje
- Ameriška protimonopolna zakonodaja je ena izmed najbolj znanih tovrstnih zakonodaj, ki se tudi najdosledneje izvaja.

Osnovne značilnosti zakonodaje v ZDA

Ameriška protimonopolna politika posega v:

- Tržno strukturo na tistih trgih, kjer prevladujejo podjetja z več kot 60% tržnim deležem in so prisotne visoke ovire vstopa ter nadpovprečni dobički
- Horizontalna združevanja, pri katerih bi imelozdruženo podjetje več kot 50% tržni delež
- Vertikalna združevanja, če ima združeno podjetje več kot 20% tržni delež na posameznih vertikalnih nivojih
- Dogovore o cenah, tudi če podjetja nimajo pomembnega tržnega deleža

Protimonopolno zakonodajo zavračajo pripadniki t.i. čikaške neoliberalne šole. Menijo, da je dolgoročno prosto delovanje tržnih sil, če je zagotovljen prost vstop podjetij v panogo, pripeljalo do konkurenčnih rezultatov ne glede na tržno strukturo v panogi. Monopolno obnašanje v panogah je rezultat poseganja države v gospodarstvo. Regulacija in protimonopolna politika- nepotrebni.

Temu pogledu nasprotuje t.i. šole strukturalistov. Zagovajajo, da tržna struktura določa obnašanje podjetij v panogi, le-to pa rezultate poslovanja. Gre za paradigm: struktura-obnašanje-rezultati.

Monopolni in oligopolni trig vodijo do visokih cen, premajhnega obsega proizvodnje in do alokacijske neučinkovitosti, je takšne trge potrebno uravnavati s protimonopolno zakonodajo.

Osnovne značilnosti SLO konkurenčne zakonodaje:

Ureja ZAKON O PREPREČEVANJU OMEJEVANJA KONKURENCE(Ur.l. RS 40/07). –sprejet1999 in Zakon o varstvu konkurence iz leta 1993.

- Prepoveduje zlorabo monopolnega položaja na trgu ter tudi oligopolno sporazumevanje in dogovarjanje (kartelni sporazumi). Prepoveduje nelojalno konkurenco, nedovoljeno špekulacijo na trgu, dumpinški in subvencionirani uvoz.
- Pristojna institucija za izvajanje zakona je URAD ZA VARSTVO KONKURENCE.
- Urad za varstvo konkurence-na lastno pobudo ali na pobudo fizične,pravne osebe ugotavlja in obravnava kršitve protimonopolne zakonodaje. Zoper te odločbe lahko podjetje vloži tožbo.

Podjetje ima prevladujoč položaj na trgu, če: je delež prodaje ali nakupa blaga(Storitve) enega podjetja v Slo več kot 40% ; je skupni delež prodaje (nakupa) blaga (storitve) v Slo več kot 60%.

Za zlorabo prevladujočega položaja na trgu se štejejo naslednja dejanja:

- Neupravičeno zviševanje ali zniževanje cen
- Omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega napredka,..... (knj.str 110)

Sporazumi med podjetji so prepovedani, če omejujejo konkurenco:

- Z določanjem nakupnih ali prodajnih cen
- Z omejevanjem poslovnih funkcij,..... (knj. Str 111)

Omejevanje konkurence z oblastnimi akti (splošni in posamični-nasprotju z ustavo) in dejanji zagrešijo vlada RS, drž. organi, organi lok. skupnosti ter podjetja, organizacije in posamezniki, ki opravljajo javna pooblastila, če omejujejo prosto nastopanje podjetij na trgu.

Koncentracija: združitve2ali več predhodno neodvisnih podjetij; podjetje na nek način pridobi nadzor nad drugim podjetjem; 2ali več podjetij ustvari skupno podjetje, ki naj bi bil samostojen gosp. Subjekt. Podjetja morajo koncentracije sporočiti Uradu za varstvo konkurence v primeru: če je skupni promet podjetij v zadnjih 2 letih presegel 8 milijard tolarjev; če so v konc. Podjetja z njihovimi proizvodi ustvarila več kot 40% prodaj ali drugih transakcij na slo. Trgu.

7.3.OPREDELITEV TRGA:

Trg je opredeljen s področjem potrošnikove izbire. Na določen trg je potrebno uvrstiti vse tiste proizvode, ki so medsebojni substituti (med katerimi se potrošnik odloča, ko želi zadovoljiti določeno potrebo.) Poleg vrste proizvoda je potrebno trg opredeliti tudi geografsko.

Od opredelitve je odvisna stopnja monopolne moči in rezultati postopkov proti monopolnemu obnašanju podjetij, ki potekajo na osnovi protimonopolne zakonodaje.

Vrsto proizvoda, ki sodi na trg, bi bilo mogoče določiti s pomočjo križne elastičnosti povpraševanja.

7.4.MERE TRŽNE KONCENTRACIJE

Z njimi je med 3 dejavniki tržne strukture (1.št. kupcev in podajalcev in njihova distribucija po velikosti, 2.stopnja diferenciranosti blaga, 3.stopnja mobilnosti produk. faktorjev) mogoče izmeriti le prvega.

Vrste koncentracije:

- **Tržni delež posameznega podjetja v panogi**
- **Tržni delež posameznega podjetja v panogi**
- **Koncentracijski koeficient** □ kolikšen je tržni delež 3-4 podjetij v panogi

- **Herfindahlov indeks**
- **Lernerjev indeks**
- **Lorenzova krivulja in Ginijev koeficient**
- **Porazdeitev podjetja v velikostne razrede**

Tržni delež podjetja (TD) je le deloma mera tržne koncentracije, saj z njim praviloma ni mogoče opisati strukture celotnega trga. Izračunamo ga kot delež prodaje podjetja v celotni prodaji panoge; kot delež zaposlenih v celotnem št. zaposlenih; ali kot delež v kapitalu ali dobičku panoge (skupine, podskupine).

$$TD = \frac{\text{celotni Prihodek Podjetja}}{\text{celotni Prihodek Panoge}}$$

Velika tržna moč: če ima podjetje več kot 40% tržni delež.

Dejanska tržna moč: je odvisna od cenovne elastičnosti povpraševanja po proizvodih podjetja. (čim bolj neelastično je povpraševanje in čim manj substitutov ima proizvod, tem večja je dejanska tržna moč.)

Za mero tržne koncentracije se uporablja KONCENTRACIJSKI KOEFICIENT (K). Izračunamo ga kot delež vrednosti prodaje nekaj največjih podjetij v celotni vrednosti prodajne panoge (uvoz in izvoz). Ena izmed glavnih pomanjkljivosti je ta, da ne zajame distribucije podjetij po velikosti.

7.5. TRŽNE STRUKTURE V PRAKSI (na podlagi koncentracijskega koeficienta)

OBLIKE TRŽNIH STRUKTUR GLEDE NA STOPNJO KONCENTRACIJE

OBLIKA TRGA	OSNOVNA ZNAČILNOST	PRIMER TIPIČNE VRSTE PANOG (V SVETU)
MONOPOL	1 podjetje ima 100% delež	Javnostoritvene panoge (pošta, Železnice)
DOMINANTNO PODJETJE	1 podjetje ima 40% delež, ni bližnjega tekmeca	Letalska ind.(na nacionalnih trgih), časopisna ind.(na lok.trgih)
TESEN OLIGOPOL	Skupni TD vodilnih 4 podjetij (K_4) znaša 60-100%, kartelno dogovarjanje med podjetji je pogosto	Baker, aluminij, bančništvo (na lok.ravni), založništvo
OHLAPEN OLIGOPOL	Skupni TD vodilnih 4 podjetij (K_4) je pod 40%, kartelno dogovarjanje med podjetji je le redko možno	Pohištvna ind., orodjarska ind.
MONOPOLISTIČNA KONKURENCA	Večje število ponudnikov, katerih individualni TD ne presega 10%	Trgovina na drobno, tekstilna ind.
ČISTA KONKURENCA	Na trgu je več kot 50% ponudnikov, vsi imajo majhne T	Kmetijski pridelki

7.6. TRŽNA STRUKTURA SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA

Za slovensko gospodarstvo je značilno, da je imelo v začetku 90.-ih let zelo visoko stopnjo tržne koncentracije. Večina raziskav je zajela industrijo.

Porazdelitev slo.ind.panog po stopnji koncentracije v letu 1991

K4=100	14 panog
K4=75-99	17 panog
K4=50-74	2 panogi: leseni izdelki, grafina ind.

Najvišjo stopnjo K4=100 je v vseh letih mogoče zaslediti v:

- Proizvodnja naftnih derivatov
- Pridobivanje rude barvastih kovin
- Proizvodnja in pridelava barvastih kovin
- Proizvodnja in predelava tobaka,....

Socialistična črna luknja: za Slovenijo in ostale bivše socialistične drž. V bloka je značilno pomanjkanje majhnih podjetij z majhnim št zaposlenih.

Po leti 1990 se je v Sloveniji sprožil proces dekoncentracije.

Drobno gospodarstvo z majhnimi podjetji spremlja Slo. Iz tipično industrijske države v drž. z razvitimi sekundarnimi in terciarnimi sektorji. Največ novih podjetij nastaja na področju finančnih in drugih poslovnih storitev v trgovini.

V Sloveniji razvrščamo podjetja na velika, srednja in mala, na osnovi 3 kriterijev. -zakon o gospodarskih družbah (ZGD-H).

8. TRŽNA DRUŽBA IN PODJETNIŠTVO

8.1. Tržna družba je sestava 3 institucionalnih oblik:

- Tržno gospodarstvo
- Pravna država
- Civilna združba

Tržna družba je civilizacija, ki temelji na logiki ekonomskega napredka, ki se kaže v povečanju vrednosti, ki je opredeljena kot kapital.

Trg je organizirana institucionalizirana menjava blaga. Temeljne tržne institucije so: kapital, privatna lastnina, profit, konkurenca in podjetništvo.

Stališča o tržni družbi

- Teza o prednosti trgovine (razvita trgovina → razvit trg; ta zagotavlja enakopravnost ekonomske subjektov, saj vsak nastopa kot kupcev in prodajalec. Trgovina predstavlja osrednjo civilizacijsko sredstvo razvoja tržne družbe)
- Teza o samouničenju tržne družbe (trg ne predstavlja k blaginji ljudi, njihovi enakopravnosti, saj ogroža moralne vrednote ljudi, ker je vse naprodaj)
- Teza o prešibki tržni družbi (tržna družba je prešibka, da bi ob prostorskem širjenju in prodajanju v netržne družbe uspela tradicionalne družbe spremeniti)
- Teza o navezanosti fevdalne tradicije (prednost ekonomskega razvoja)

Družbene ustanove, ki sestavljajo tržno družbo, ocenjujemo glede na 5 kriterijev:

- Kriterij ekonomske učinkovitosti
- Socialne enakosti
- Ravnotežja
- Svobodne izbire
- Maksimizacije

Trg zahteva in brani ekonomsko in politično svobodo, zato zagotavlja le potreben pogoj za družbeno pravičnost.

8.2. Teoretski koncept proučevanja podjetništva

- Neoklasična ekonomska teorija: opredeljuje podjetništvo kot dejavnost podjetnikov, ki pri investiranju v širšem pomenu najbolj izkoriščajo obstoječe proizvode dejavnike tako, da maksimirajo svoj profit.
- Personalna psihološka šola: je rezultat velikega zanimanja ekonomskih zgodovinarjev 19 in 20. stol. Za poslovneže in njihovo delovanje v firmah. Podjetništvo opredeljujejo kot dejavnosti ljudi s posebnimi psihološkimi značilnostmi: ustvarjalnost, prilagodljivost, predvidljivost...
- Sociokulturni teoretski pristop: ne poizkuša oceniti delovanje posameznika, pač pa podobne funkcije velikega št. posameznikov. Zanje je podjetništvo rezultat prepletanja socialnih, kulturnih, religijskih, ideoloških in družbenih odnosov in ustanov, v katerih lahko posamezniki izkoriščajo svoje ekonomske možnosti.

8.3. Pojav in uporaba pojma 'podjetnik'

- Zgod. 16.st.: francoščina; **PODJETNIK** je mož, ki se loti vodstva vojaške ekspedicije (dejavnost, povezana z negotovostjo izida in v primeru uspešnega zaključka bogato nagrajena)
- 18.st.: Termin označuje še druge pustolovske poklice (graditelj mostov, cest....)
- 1755: Richard CANTILLON □ "Esej o bistvu trgovine"; Podjetništvo kot postopek, ki je povezan z negotovostjo, tveganjem in kapitalom.
Opreделil je podjetnika kot osebo, ki je kupovala po poznanih cenah, prodajala pa po nepoznanih. Prevezela je tveganje ali bo in v kakšnem obsegu bo pri svojem projektu dosegla presežek. Definicija vključuje pobudo pri planiranju določene akcije za lastni račun, kjer je prisotno tveganje, da dejavnost propade ali prinese presežek. Podjetnik je bil vsak, ki se proizvodno obnaša, razen zemljiških lastnikov in delavcev.
Lastnost opredelitev je negotovost, tveganje, ki je povezano z razliko med prodajno ceno in stroški oz. kupno ceno.

8.4. Pojem podjetništva v ekonomski teoriji

- Klasična ekonomska teorija: ukvarjali so se s tehnično spremembo in razlago tržnega sistema. Angleški klasiki (konec 18.stol.) so opredeljevali podjetniške funkcije skupaj z kapitalistom. Na žalost so pomešali vlogo podjetnika z vlogo kapitalista.

Konec 18. stol.

Podjetniška funkcija in kapitalist nista opredeljena ločeno

Kapitalist (kapital + organizator produkcije)

Pomešali vlogo podjetnika in kapitalista

- Neoklasična ekonomska teorija: podjetnik vodi proces in je vir vse ekonomske dejavnosti. Je motivacijski element, katerega moč izhaja iz njegovega hotenja, da nastopa kot odgovoren posrednik v produkcijskem procesu. Pomembna ugotovitev: tveganje je nosil kapitalist, podjetnik pa je razsodnik in sprejema odločitve in varuje gospodarstvo pred uničujočimi učinki nepoznavanja. (v tem obdobju se je razvila mikroekonomika);
podjetnik Joseph A. Schumpeter je inovator in dinamičen človek, motor kapitalističnega procesa in usmerjevalec poslovnih ciklov. Dogovoren je da delajo nove stvari, ali stare na nov način. Ni sam inovator, je oseba, ki določa o alokaciji virov a izkoriščanje inovacije. Njegov podjetnik ima managersko vlogo in vlogo spremljevalca odločitev.

Poglabljeno obravnavanje vloge podjetništva

Podjetnik ključni element preučevanja

vodi proces in je vir ekonomske dejavnosti

je razsodnik v dinamični ekonomiji

specialna koordinacija

Pojav mikroekonomike

Schumpeter: PODJETNIK

inovator

manager

sprejemalec odločitev

- Obdobje moderne mikroekonomske teorije: podjetnik je skoraj izginil iz mikroekonomske teorije. Bil le je eden od produkcijskih inputov.; trije temelji sestavljajo jedro moderne teorije podjetja- so osnovni vzrok za odpravo podjetnika: produkcijska funkcija, logika racionalne izbire in popolna informiranost.

Produkcijska funk.: uspešen output ali najmanjši stroški in maksimalen profit; z uporabo produkcijske funkcije dobi podjetje informacijo o vsakem dejavniku v produkciji.

Logika racionalne izbire: dve posledici; analiza se osredotoči na najustreznejši nivo izbranih spremenljivk, vsebovati mora vse potrebne informacije. Podjetnik je odstranjen iz teorije. Kot celota predstavlja moderna teorija podjetja logično samoizpolnjeno razlago produkcije, stroškov in razdelitve.

Pomen podjetnika v ozadju, kot eden izmed produkcijskih inputov.

Moderna teorija podjetja temelji na razlagi tržnega sistema.

Temelji moderne teorije podjetja:

produkcijska funkcija (uspešen output, min.stroški, max.doobiček)

logika racionalne izbire

popolna informiranost

Pomanjkljivost: ne predvidi razmer intuicije, neravnotežja in naključnosti.

- Sodobna teorija podjetništva leta 1970- podjetnik in njegova vloga ponovno v ospredju. Teoretiki so se zavedali, da je tehnološka sprememba značilnost, ki tržni sistem naredi kakovosten, ekonomisti pa potrebujejo teoretično orodje, ki bi dovoljevalo raziskavo dinamičnih sprememb vsake vrste. Podjetništvo je bistveno za razumevanje, kako tržni sistem generira spremembo in rast.

Podjetnik in njegova vloga ponovno v ospredju

Opustitev osnovnih postavk

Tehnološke spremembe

Zgodovinske premise

8.5. FUNKCIJSKE VLOGE PODJETNIKA

Podjetnik je človek, ki organizira, upravlja, prevzema tveganje za poslovanje podjetja, odpira nove tržne možnosti, lahko ustanovi malo podjetje, je inovator, vizionar itd.

Podjetništvo je uresničitev ekonomskih sposobnosti ljudi.

Uporabljamo 4 osnovne funkcije podjetnika: koordinacijo, razsojanje, inovacijo, prevzem tveganja.

8.5.1. Podjetnik kot koordinator

a) Vloga podjetnika v produkciji

med faktorji produkcije->vodilna vloga človeško delo. Delovanje je kombinacija: teorije+izvršbe (dejavnost človeka) in aplikacije (gonilna sila). Delovanje podjetnika zahteva koordinacijo, nadzor in sprejemanje odločitev. Koordinacijska funkcija je otežena

b) vloga podjetnika v razdelitvi

podjetnik najame dejavnike produkcije in jih nagradi glede na tržno ceno. Ostanek je podjetnikovo povračilo. Podjetnik mora imeti odločilno koordinacijsko funkcijo in je najpomembnejši člen produkcije, ima vpliv na razdeljevanje bogastva.

8.5.2. Podjetnik kot razsodnik

Kirzner opredeljuje "čistega podjetnika" kot razsodnika. Zanj je bistveno, da se "čisto podjetništvo" lahko opravlja samo pri pomanjkanju lastnih sredstev in iskanju možnosti, v katerih lahko pridobi podjetnik večje celotne dohodke od celotnih stroškov.

Podjetnikova vloga je, da zaznava možnosti za dobiček in se ustrezno odloča v tržnem neravnotežju. Je motivacijska sila za tržni proces. Kot razsodnik ima odločilno vlogo pri izenačevanju in pomaga razložiti, zakaj trg teži k ravnotežju.

- dojemanje profitnih priložnosti □ ocenjevanje realnosti
- sprejemanje usrteznih odločitev □ 'budnost' (zaznavanje priložnosti)

8.5.3. Podjetnik kot inovator

Joseph A. Schumpeter je predstavil podjetnika kot dinamičnega agenta razvoja. Razvoj je sprememba, motnja ravnotežja, ki se za vedno sprminja in premešča ravnotežje, to pa je opredeljeno z raznolikostjo notranjih sprememb.

Temeljna osnova za razumevanje te teorije je nova kombinacija, t.i. inovacija. Pomeni temeljito prekinitev s preteklostjo.

8.5.3.1. možnosti inoviranj

Inovacija= sprememba v proizvodnem potencialu že obstoječih virov. Velike spremembe niso vedno zahtevale veliko nove tehnologije. Inovacija ni nujno tehnična. Kot primer: uvedba obročnega odplačevanja, bolnica, management,... -> pri razvoju tekih ustanov mnogo težje uspejo kot npr. čisto tehnične inovacije (računalnik), nove tehnologije-> nižji stroški, in praviloma ne prinaša družbenega (kulturnega) tveganja. Družbene institucije pa potrebujejo kulturne korenine, da zrastejo in se razvijajo.

Sistematična inovativnost pomeni namensko in organizirano iskanje sprememb in sistematično analiziranje možnosti, ki jih te spremembe ponujajo.

Področja inovativnih možnosti so v podjetju. Odkrivajo jih zaposleni.

Inovativnost znotraj organizacije

- ✓ Nepričakovanost
- ✓ Neujemanje/neskladnost
- ✓ Potrebe procesa
- ✓ Sprem.v ind.strukturi

Inovativnost zunaj organizacije

- Demografija
- Sprem.v dojetanju, razpoloženju
in pomenu
- Nova znanja

NEPRIČAKOVANOST:

- a) **Nepričakovan uspeh** : ponuja največje možnosti za uspešno inovacijo. Inovativne možnosti so najmanj tvegane in njihovo zasledovanje najmanj naporno. Kljub temu je nepričakovan uspeh mnogokrat neupoštevane. Razlog: prepričanje, da morajo biti vse stvari "normalne" in se "večno nadaljevati"-ljudje zrasli v določenih razmerah- še pogosteje nepričakovan uspeh pravočasno sploh ne opazijo, zato mu ne posvetijo pozornosti in seveda ne izkoristijo priložnosti. Eden od mnogih vzrokov za to "slepoto" je, da obstoječi sistem analiziranja poročil ne deluje ustrezno.

Nepričakovan uspeh je možnost, ki zahteva, da jo obravnavamo resno. Za njeno realizacijo moramo zadolžiti najboljše ljudi ob podpori in resnosti vodstva.

- b) **Nepričakovan Neuspeh**: so bolj opazni od uspehov. Neuspeh bi vedno lahko obravnavali kot kazalec inovativne možnosti in ga resno upoštevali in analizirali. Pomemben je tudi konkurentov nepričakovan uspeh ali neuspeh; ni dovolj, da ga le analiziramo, ampak ga moramo RAZISKATI. Inovativnost je organizirano, sistematično, racionalno delo.
- c) **Nepričakovan zunanji dogodek**: je lahko možnost, da uporabijo že obstoječe izkušnje v novo kombinacijo, toda tako, da se ne spremeni narava posla. To je bolj razširitev kot pa sprememba. To zahteva inovacijo proizvoda in pogosto servisne in distribucijske mreže. Nepričakovan zunanji dogodek ustreza posebno velikemu in obstoječemu podjetju.

NESKLADNOST:

Je znak spremembe, ki se je že zgodila ali, ki se lahko zgodi. Poznamo nekaj vrst neskladnosti:

- Neskladje med ekonomskimi dejstvi
 - Neskladje med dejstvi in domnevami o njih
 - Neskladje med pričakovanim in dejanskim vrednotenjem
 - Interno neskladje v ritmu ali logiki proizvodnje
- a) **Neskladne ekonomska dejstva**: inovacija mora biti jasno opredeljena. Mora biti iznajdljiva z obstoječo, poznano tehnologijo in z lahko dostopnimi viri. Inovacija, ki učinkovito izkorišča neskladje, mora biti preprosta in očitna.
- b) **Neskladnost med resničnostjo in domnevo**: pogosto se pokaže samo. Odločitev je navadno preprosta ter visoko specializirana.

- c) **Neskladnost med domnevnimi in resničnimi vrednotami in pričakovanji:** največkrat se pojavlja pri opredeljevanju prodajalcev o pričakovanjih in vrednotah kupcev njihovega blaga. 2 primera inovacij, ki sta izkoriščala neskladje med vrednotenjem, ki so ga prodajalci pripisovali kupcem in resnično koristnostjo izdelka za kupce. (tv- revni sloj-> tehnična pridobitev + dostop do sveta; avtomobil-> prevozno sredstvo+ simbol mobilnosti, ugleda). Za neskladnostjo med resnično in domnevno resničnostjo vedno leže elementi neznanja, arogance, dogmatizma in rigoroznosti. Te neskladje je med vsemi najbolj splošno. Proizvajalci in ponudniki si napačno predstavljajo, kaj je tisto, kar stranka resnično kupi.

SPREMEMBA INDUSTRIJSKE IN TRŽNE STRUKTURE:

Sprememba je pomembna za možnost inovacije, ker ponuja sprejemljive možnosti. Ind.+trž. strukture lahko ostajajo skoraj nespremenjene mnogo let. V resnici so tržni in industrijski deleži zelo krhki. Ko se spremeni ind. Struktura, obstajajo običajno 4 očitni kazalci spremembe.

1. Hitra rast industrijske produkcije
2. Spremembe v oskrbovanju tržišča
3. Spremembe v produkcijah, ki so v pret. Nastopale samostojno, nato pa se združijo in skupaj predstavljajo vzrok za spremembo strukture (združitev računalniške in telefonske tehnologije)
4. Spremembe v tem kako opravljajo dejavnosti

Inovacije, ki izkoriščajo te spremembe, so posebno učinkovite, če je to tržišče, ki ga obvladuje eden ali nekaj velikih proizvajalcev, čeprav tu ni resničnega monopola.

DEMOGRAFSKA SPREMEMBA:

Zunanji viri za inovativno možnost. Njihove posledice lahko napovemo z največjo verjetnostjo. Poznavanje demografskih značilnosti populacije pomaga podjetniku odgovoriti na vpr. O vrsti, obsegu in strukturi povpraševanja. Populacijske spremembe se dogajajo počasi. To je lahko vzrok za napačne poslovne odločitve. Migracijska gibanja lahko spremene ekonomsko in politično geografijo. Te spremembe so lahko ugodne za podjetnike zato, ker jih pogosto spregledajo tisti, ki sprejemajo odločitve(drž. uradniki, osebe javne uprave).

Analize o demografskih spremembah začnemo s podatki o populaciji. Potrebno je čim boljše poznavanje porazdelitve zaposlenih glede na vrsto dejavnosti, delovnega mesta, njihove razdelitve prihodka, posebno razpoložljivega in neomejenega. Slediti mora opazovanje, zbiranje podatkov o navadah, željah, potrebah, stanju.

8.5.4.Podjetnik kot nosilec tveganja

Podjetnikova dela:

- Koordinacija, presojanje, inovacija.

(Čeprav ni enotne teorije o vlogi podjetnika v okolju negotovosti, pa je enotna ugotovitev, da bi brez negotovega okolja podjetnik izginil.

Tako Bajt A. poudarja, da v vsakem primeru podjetništvo prevzame tveganje.)

Zaradi teoreti

ne neenotnosti se funkcija podjetnika kot nosilca negotovosti razdeli na tri specifične značilnosti: delovanje podjetnika kot špekulanta, sprejemalca odločitev in lastnika produkta.

a) Podjetnik kot špekulant

Špekuliranje je v svoji osnovi arbitraž s časom. Za premostitev

asa med nakupom in prodajo je potreben kapital oziroma sodelovanje kapitalista, ki pa s svojimi dejanji tvega. Tako se špekulacija nanaša na prejem negotovega povra

ila. Podjetnik kupuje po znani ceni in prodaja po neznani.

Tveganje je nelogično del konkurence in njegova nevarnost je ob vsakodnevnih stečajih več kot

očitna. Podjetnik se odziva na priložnosti za dobiček in s tem usklajuje ponudbo s povpraševanjem.

b) Podjetnik kot oseba, ki sprejema odločitve

Podjetnik je oseba, ki v negotovosti sprejema odgovorne odločitve. Pri tem pa natančno

razlikujemo

med tveganjem in negotovostjo. Tveganje je opredeljeno kot naključni dogodek s poznano

distribucijo verjetnosti. Če so možnosti dogodka znane, se lahko vkalkulirajo (npr. zavarovanje). Negotovost pa je naključna

verjetnost, kjer je porazdelitev verjetnosti popolnoma neznana. Negotovost bistveno spremeni delovanje sistema, saj se izgubi trdna osnova za nadaljevanje.

c) Podjetnik kot lastnik

Podjetnik poseduje ali pa si izposoja sredstva za produkcijo, zato je proizvod njegova last. Pri tem deluje v razmerah negotovosti, saj ga nepredvidljivi dogodki uničujejo.

Podjetnik vodi ekonomske

dejavnosti v negotovosti. S svojim lastništvom nad proizvodom združuje odgovornost za uporabo in zaposlitev sredstev produkcije in prodajo proizvoda. Dobi

ki pa so povra

tilo za lastništvo,

prevzemanje tveganja in odgovornosti.