

3. del

Cena

Naturalna cena je vrednost ene vrste blaga ali storitve izražena s količino druge vrste blaga ali storitve. To so relativne cene. (1 krava = 2 vola = 10 oblek = 100 kg kruha...) Vsako blago ima nešteto naturalnih cen. To se reši tako, da ena vrsta blaga sprejme menjalno funkcijo. Temu blagu pravimo denar. Cene postanejo *denarne cene*. To so absolutne cene.

Cena je v denarnih enotah ali v enotah drugih vrst blaga oz. storitev dana vrednost enega blaga ali storitve.

Trg in vrste trgov

Trg je ekonomski prostor, na katerem se srečujeta ponudba in povpraševanje. Določijo zamenjane količine menjave in cene, po katerih se bo menjava izvršila. Govorimo o ravnotežnih količinah in ravnotežnih cenah. Trg ni nujno fizičen prostor, geografski prostor (npr. trg nafte).

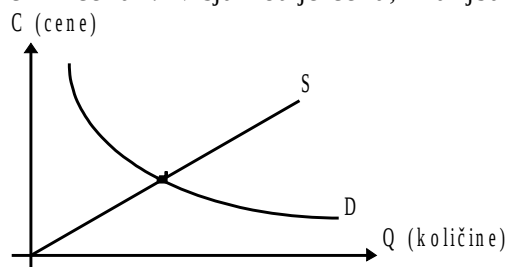
Vrste trgov:

1. Trg na debelo (grosistični) in drobno (detaistični).
2. Lokalni trg (tržnica, občinski trg, državni trg, globalni trg)
3. Trg po vsebini (surovine, življenjske potrebščine, avtomobilski...)
4. Svobodni in regulirani trg. Borza je zelo reguliran trg (določeno je, kdo lahko sodeluje, kaj je predmet menjave..)

Ponudba (S) in povpraševanje (D)

Pri ponudbi gre za pripravljenost ponudnikov ponuditi določene količine blaga po različnih cenah. Pri nižjih cenah dobiš manjšo količino blaga kot pri višjih cenah (za več denarja dobiš več blaga).

Pri povpraševanju gre za pripravljenost povpraševalcev kupiti določene količine blaga pri različnih cenah. Višja kot je cena, manjša je povpraševana količina.



Presečišče krivulj S in D je točka, kjer se po pogajanjih doseže ravnotežna količina in ravnotežne cene.

Slika 1

C	Q ^S	Q ^D	presežna ponudba	presežno povpraševanje
40	1	< 25	-24	24
60	2	< 10	-8	8
80	4	< 6	-2	2
100	5	= 5	0	0
120	7	> 2	5	-5
150	1	> 0	10	-10

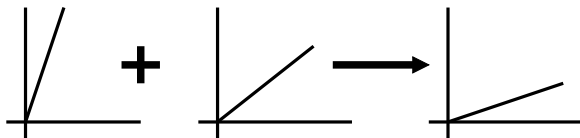
| 0 | |

Tabela 1

Presežna ponudba je $Q^S - Q^D$. Presežno povpraševanje = $Q^D - Q^S$

Ravnotežna cena je 100. Če je povpraševanje večje od ponudbe, pride do konkurence med povpraševalci, ki zvišujejo cene, s tem pa nekateri odpadejo. Če pa je ponudba večja, pride do konkurence med ponudniki. Če seštejemo vse ponudnike, dobimo skupno ponudbo, če pa seštejemo vse povpraševalce, dobimo skupno povpraševanje.

Ponudba:



Slika 2

Dana je lestvica presežnega povpraševanja. Cene so: 1, 2, 3, 4, 5. Presežne količine povpraševanja so: 10, 8, 4, 0 -3. Količine ponudbe so: 1, 3, 5, 7, 9.

- Določi lestvico povpraševalnih količin!
- Določi ravnotežno ceno in količino, ter izkupiček od prodaje!
- Določi lestvico presežne ponudbe!

C	Q^D	Q^S	$Q^D - Q^S$	$Q^S - Q^D$
1	11	1	10	-10
2	11	3	8	-8
3	9	5	4	-4
4	7	7	0	0
5	6	9	-3	3

- Lestvica povpraševalnih količin je: 11, 11, 9, 7, 6.
- Ravnotežna cena je 4, ravnotežna količina je 7, izkupiček od prodaje pa je $4 \cdot 7 = 28$.
- Lestvica presežne ponudbe je: -10, -8, -4, 0, 3.

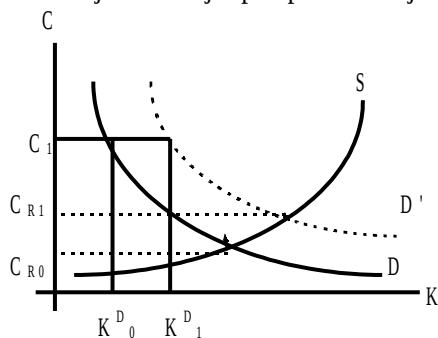
Sprememba ponudbe in povpraševanja

Razlikujemo med spremembo lestvice ponudbe in povpraševanja in spremenjeno količino ponudbe in povpraševanja.

Sprememba lestvic (krivulj) ponudbe in povpraševanja

faktorji povpraševanja in faktorji ponudbe določajo legi krivulj.

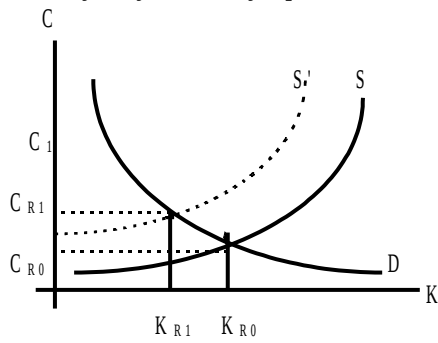
- zvišanje krivulje povpraševanja:



Povpraševalci so pripravljeni pri isti ceni plačati večjo količino. Zaradi večanja povpraševanja se ponavadi zviša cena in prodane količine.

Slika 3

· zmanjšanje krivulje ponudbe:



Ponudniki so za enako ceno pripravljeni ponuditi manjšo količino.

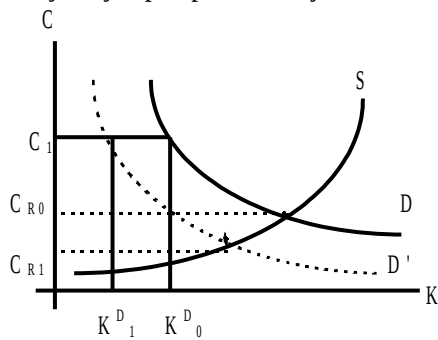
Posledica: povečanje cene in zmanjšanje prodane količine.

Slika 4

Če se povečata tako ponudba kot povpraševanje, je posledica odvisna od leg posameznih krivulj.

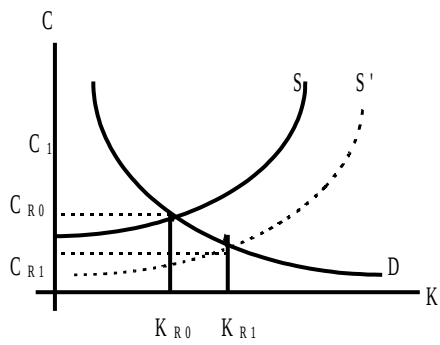
Nariši primer zmanjšanja povpraševanja in povečanja ponudbe. Ali se lahko zgodi, da ob povečanju ponudbe cena ostane nespremenjena, kljub temu, da je povpraševanje nespremenjeno?

Zmanjšanje povpraševanja



Pri isti ceni so povpraševalci pripravljeni kupiti manjšo količino. Posledice: zmanjša se cena in prodana količina.

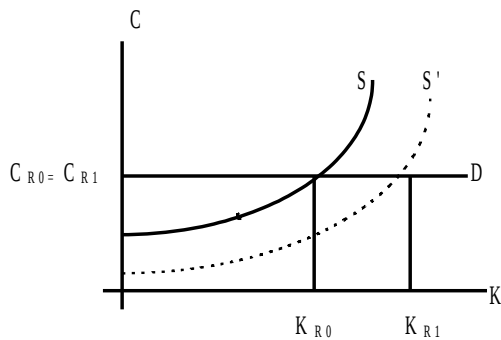
Slika 5



Povečanje ponudbe:

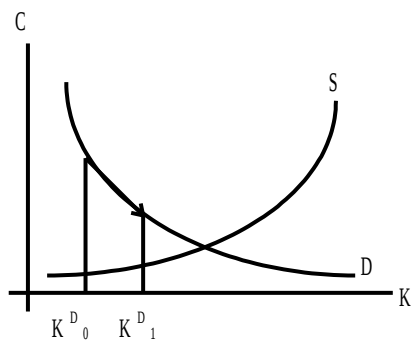
Ponudniki so pri isti ceni pripravljeni ponuditi večjo količino. Posledica: znižanje cene in povečanje prodane količine.

Slika 6



Cena lahko ostane nespremenjena, če je povpraševanje po neki dobrini konstantno, torej je krivulja povpraševanja premica s smernim koeficientom 0.

Slika 7



Pri spremembi količine odločajo faktorji, medtem ko pri spremembi krivulje pride do spremembe enega od faktorjev (imam manj denarja)

Slika 8

Faktorji povpraševanja določijo lego krivulje povpraševanja po neki dobrini A. Ob dani lestvici pa cena te dobrine A določi povpraševano količino po njej. β enako velja za ponudbo.

Povečanje ponudbe zniža ceno. Znižana cena pomeni manjšo ponudbo. Zaradi manjše ponudbe se cena dviga. Zaradi višje cene se ponudba večja. Zaradi povečane ponudbe cena pade.... Interpretiraj!

Individualna in skupna (agregatna) ponudba in povpraševanje

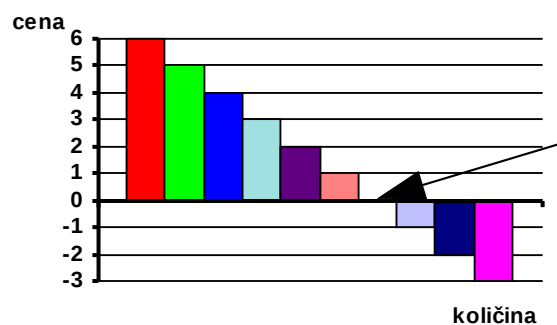
Pri individualni gre za posameznika. Če gre za konkurenčni trg, je kupec le eden v množici. Dana cena določi količino. $K_i^D = f(c)$ - količina povpraševanja je funkcija cene. Ravno tako je pri ponudbi. Prilagodijo se tudi ponudniki, ki so tudi posamezno eni od mnogih. $K_i^S = f(c)$ - količina ponudbe je funkcija cene.

Vsi skupaj, ki prihajajo na trg, pa določijo skupno (agregatno) povpraševanje, ravno tako je pri ponudnikih. Torej ko vse skupaj seštejemo, dobimo agregatno povpraševanje in ponudbo. $C_R = g(D_S, S_S)$ - ravnotežna cena je funkcija agregatne ponudbe in povpraševanja. Ko pa je cena določena, se vsak posameznik prilagodi in si po svoje določi količino, ki jo je pripravljen kupiti oz. prodati.

Faktorji povpraševanja

- Faktorji so:
- koristnost dobrine = U
 - realni dohodek povpraševalca = Y
 - cene drugih dobrin

Koristnost



K	DU	SU	$\bar{U} = \frac{\sum U}{K}$
1	6	6	6
2	5	11	5,5
3	4	15	5
4	3	18	4,5
5	2	20	4
6	1	21	3,5
7	0	21	3
8	-1	20	2,5
9	-2	18	2
10	-3	15	1,5

točka saturacije

Tabela 2

Graf 1

DU - mejna koristnost nam pove, koliko dodatne koristi prinese nadaljna enota dobrine.
 1. GOSSENOV ZAKON (zakon padajoče mejne koristnosti): Z vsako nadaljno enoto dobrine koristnost pada.

Kako iz koristnosti izpeljemo krivuljo povpraševanja?

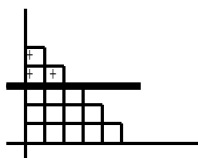
predpostavimo, da je ena enota koristnosti enaka enemu dolarju $1U=1\$$



Slika 9

Obstaja dobiček od potrošnje, zato menjamo. Osnova je, da se cena ne spreminja. Ko pridemo tja, je cena dana. Takrat se odločimo, koliko bomo kupili.

Za 3 enote dobrine. plačilo = izguba koristi: $3\$ * 3 = 9\$$



$$\frac{\text{pridobimo: } 5 + 4 + 3 = 12U = 12\$}{\text{potrošniški dobiček: } 12\$ - 9\$ = 3\$}$$

Slika 10

Če je dana cena in menjalno razmerje med koristjo in ceno, lahko izračunamo krivuljo povpraševanja in potrošniški dobiček. $pr.dob. = (\bar{U}_i - \Delta U_i) \cdot K_i$

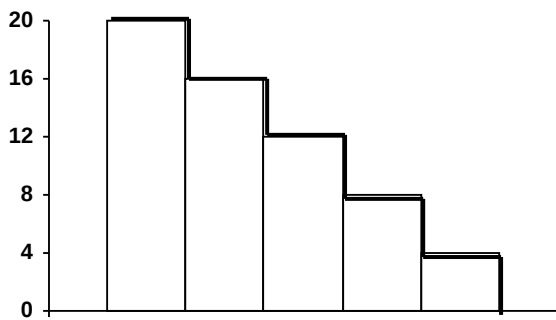
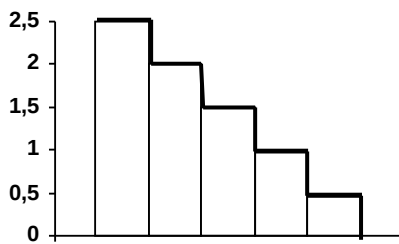
Kaj se zgodi pri enaki mejni krivulji kot je zgoraj, če je:

a) 1 denarna enota = 2U

b) 1 denarna enota = 1/4 U

K	DU	U (1 den. enota = 2U)	U (1 den. enota = 1/4U)
1	5	2,5	20
2	4	2	16
3	3	1,5	12
4	2	1	8
5	1	0,5	4

Tabela 3



Graf 2

Graf 3

Imamo dano lestvico skupne koristnosti: 10, 16, 20, 20, 16, pri količinah 1, 2, 3, 4, 5. Izračunaj:

a) lestvico mejne in povprečne koristnosti

b) krivuljo povpraševanja za primer, da je 1 denarna enota = 1U

c) nabavljeno količino pri ceni 6 denarnih enot

d) velikost potrošniškega dobička.

K	SU	DU	U povpr.
1	10	10	10
2	16	6	8
3	20	4	6,67
4	20	0	5
5	16	-4	3,2

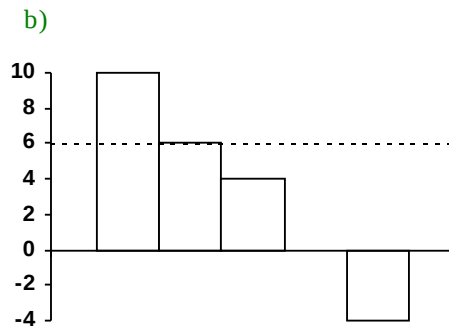


Tabela 4

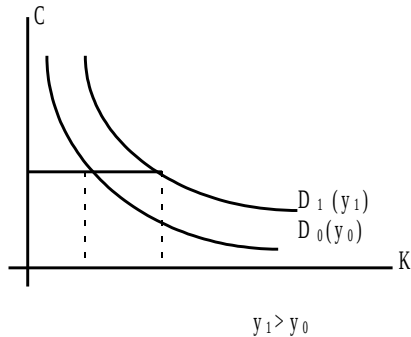
Graf 4

c) $K(C=6) = 2$

$$d) pr.dob. = (\bar{U}_i - \Delta U_i) \cdot K_i = (8-6) \cdot 2 = 4$$

Realni dohodek povpraševalca

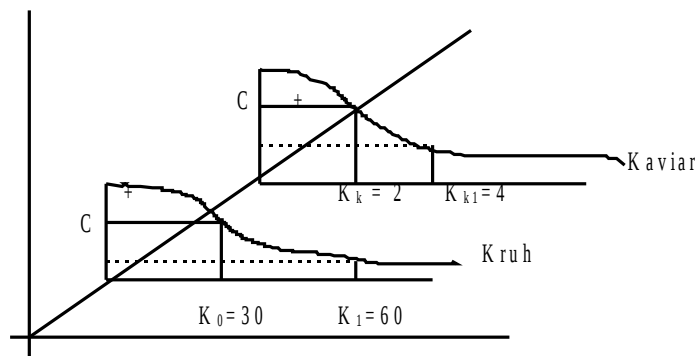
Obstaja pozitivna povezava med dohodkom in količino povpraševanja.



Slika 11

Do sedaj sem dobil 30.000 SIT na mesec, potem pa se je dohodek podvojil. Ta podvojitvev ima 2 učinka:

- direktni - dohodkovni učinek
- indirektni - substitucijski učinek



Slika 12

Kruh je nujno potrebna dobrina, kaviar pa luksuzna dobrina. 30.000 SIT pomenijo, da ima vsakih 1.000 SIT svojo koristnost.

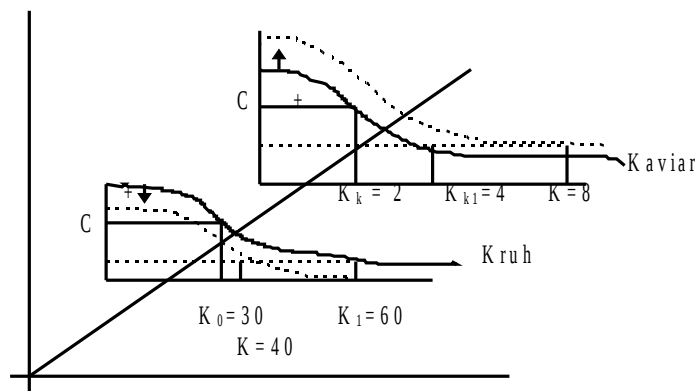
$$y_0 = 30 \text{ SIT} \hat{=} 1 \text{ SIT} =$$

$$y_1 = 2 y_0 = 60 \text{ SIT} \hat{=} 1 \text{ SIT} =$$

Mi gremo tako daleč, da kupimo toliko kruha, dokler se ne izenači koristnost z denarjem.

Meriti moramo na enoto cene:
$$\frac{U_{kruh}}{C_{kruh}} = \frac{U_{kaviar}}{C_{kaviar}}$$

To je direktni ali dohodkovni učinek. Govori o spremembi realnega dohodka, ki vpliva na spremembo nabavljenih količin dobrine v enaki smeri kot je sprememba realnega dohodka. Če bi deloval le ta učinek, bi kupovali vedno več. Zaradi spremembe dohodka pa pride tudi v spremembi strukture potrošnje, ki se izrazi v koristnosti dobrin. Spremenijo se lestvice mejne koristnosti dobrin.



Slika 13

S tem, ko koristnost neke dobrine naraste (kaviar), koristnost druge dobrine pade (kruh). Ker se je koristnost kaviarja povečala, ga lahko nabavimo več, ker nam je enota denarja manj koristna in ker smo spremenili okus. Koristnost kruha pa se je zmanjšala, ker se bolj najemo od kaviarja in drugih boljših dobrin.

Elastičnost je velika:

$$\beta_{kaviar} = \frac{\% \Delta K^D}{\% real.y} = \frac{400}{200} = 2$$

$$\beta_{kruh} = \frac{\% \Delta K^D}{\% real.y} = \frac{-50}{200} = -0,25$$

Substitucijski učinek: pride do zmanjšane koristnosti. Nakup se poveča, vendar ne v takem razmerju kot se poveča dohodek. Poznamo več vrst dobrin glede na elastičnost:

$$\beta_{K-y} > 1 \quad 1. \text{ boljše dobrine}$$

$$0 < \beta_{K-y} < 1$$

$$\beta_{K-y} < 0$$

2. slabše dobrine

3. zelo slabe dobrine

2. GOSSENOV zakon:

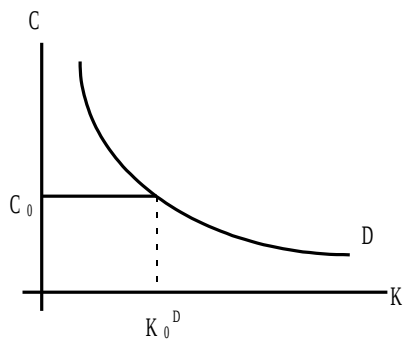
Posameznik pri razporejanju dohodka za nabavo dobrin sledi naslednjemu načelu: vsako dobrino nabavi do tiste količine, pri kateri je zadnja že nabavljena enota dobrine na enoto cene enaka za vse dobrine glede koristnosti. Ta koristnost je enaka koristnosti denarne oz. dohodkovne enote.

$$\frac{\Delta U_1}{C_1} = \frac{\Delta U_2}{C_2} = \dots = \frac{\Delta U_n}{C_n} = U_{denarneenote}$$

Engelova zakonitost

Induktivno je Engel prišel do spoznanja, da revne družine dajejo največji % dohodka za osnovne dobrine. Bogatejše družine pa dajejo večji % dohodka za obleke, bivalne prostore...

Cene drugih dobrin



Cene drugih dobrin določijo lego krivulje povpraševanja, cena naše dobrine pa določi količino, ki jo bomo kupili.

Slika 14

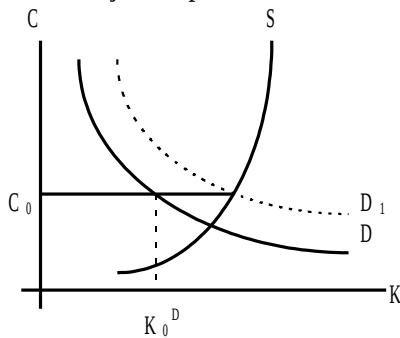
Povezanost dobrin v potrošnji:

- substituti (med seboj se zamenjujejo)
- komplementi (med seboj se dopolnjujejo)
- dobrine brez povezave

Substituti:

sladkor : natren

Cena natrena se dvigne, povpraševana količina se bo zmanjšala. Povpraševanje po sladkorju se poveča in cena sladkorja se poveča.



Pri substitutih je križna cenovna elastičnost pozitivna.

$$\beta_{K_{\text{sladkor}}^D \cdot C_{\text{natren}}} > 0$$

Slika 15

Komplement

sladkor : kava

Če se poveča cena kavi, bomo kupovali manjšo količino kave. Zato se bo potreba po sladkorju zmanjšala. Povpraševanje po sladkorju se bo zmanjšalo à pade cena sladkorju.

$$\beta_{K_{\text{sladkor}}^D \cdot C_{\text{kava}}} < 0$$

Cena sladkorja se je povečala od 150 na 300 SIT/kg. Količina nabavljenega natrena se je povečala zato za 20%, količina kave pa se je zmanjšala od 6 na 5 kav dnevno. Izračunaj:

- obe križni elastičnosti
- iz rezultatov ugotovi za kakšno vrsto dobrin gre (substitut, komplement)
- kaj lahko rečeš o stopnji zasvojenosti s sladkorjem, kavo?

$$D\%C=100$$

$$D\%K_{natren} = 20$$

$$D\%K_{kava} = -16,7$$

$$\beta = \frac{\%K_{natren}}{\%C_{sladkor}} = \frac{20}{100} = 0,2$$

$$a) \quad \beta = \frac{\%K_{kava}}{\%C_{sladkor}} = \frac{-16,7}{100} = -0,167$$

b) Natren je sladkorju substitut, kava pa komplement.

c) S kavo smo zasvojeni, ravno tako s sladkorjem, edino če nismo zaradi podražitve sladkorja nehali sladkati kavo.

Elastičnost povpraševanja

S tem pojmom označujemo relativno spremembo količine povpraševanja zaradi relativne spremembe faktorjev povpraševanja (mejna koristnost, realni dohodek, cene). Zaradi vseh teh faktorjev poznamo več vrst elastičnosti:

- dohodkovna

- cenovna: - direktna (pove za koliko se spremeni povpraševanje po dobrini, če se spremeni cena tej dobrini)

- križna (pove za koliko se spremeni povpraševanje po dobrini, če se spremenijo cene ostalih dobrin)

Primerjamo lahko le relativne spremembe. Splošna formula koeficienta elastičnosti:

$$\beta = \frac{\frac{\Delta K}{K}}{\frac{\Delta f}{f}} = \frac{\Delta K}{\Delta f} \cdot \frac{f}{K}$$

DK - absolutna sprememba količine; Df - absolutna sprememba faktorja (enega od treh)

Kadar je koeficient >1 : za določeno spremembo faktorja se bolj poveča količina-elastično D

=1 : za določeno spremembo faktorja se enako poveča količina

<1: za določeno spremembo faktorja se manj poveča količina - neelastično, togo D

Koeficient je lahko tudi negativen. To je navadno pri direktni cenovni elastičnosti.

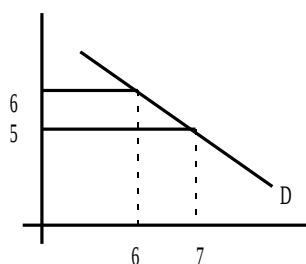
Pri križni cenovni elastičnosti poznamo 2 pojma:

- substituti (nekaj kar zamenja dobrino: substitut kave je čaj) - koeficient elastičnosti je pozitiven

- komplementarne dobrine (dobrina, ki se uporablja ob določeni dobrine: komplement kave je smetana, mleko) - koeficient elastičnosti je negativen

Pri realnem dohodku je koeficient elastičnosti navadno pozitiven. Pove nam ali gre za kvalitativno boljše ali slabše dobrine. Pri kvalitativno slabših dobrinah je koeficient manjši od 1. Pri koeficientu večjem od 1 gre za luksuzne dobrine.

Intervalna elastičnost



Če se cena poviša iz 5 na 6, se količina zmanjša iz 7 na 6. Gre za direktno cenovno elastičnost in pa tudi za intervalno, saj jo računamo na intervalu.

$$\beta = \frac{\% \Delta K_A^D}{\% \Delta C_A}$$

Slika 16

Lahko pa so spremembe cene neskončno majhne. Potem računamo točkovno elastičnost. Izračunamo jo lahko, ko je dana enačba krivulje povpraševanja in je ta krivulja premica.

Izračunaj direktno cenovno elastičnost povpraševanja:

a) razponsko - intervalno elastičnost!

b) točkovno elastičnost; dana je enačba krivulje: $K^D = 13,2 - 1,2C$.

Dana je tabela :

C	K
3	9
4	8
5	7
6	6
7	5

Tabela 5

$C_1 = 5$ $K_1 = 7$ β izberemo katerokoli, za računanje izberemo manjši ali večji vrednosti

$C_2 = 6$ $K_2 = 6$

$DC = 1$ $DK =$

-1

a)

$$\beta = \frac{\frac{\Delta K}{K}}{\frac{\Delta C}{C}} = \frac{\frac{-1}{7}}{\frac{1}{5}} = -0,84$$

b) $K^D = 13,2 - 1,2C$;

$C=5$, $K=7$ β izberemo enega od parov izračunati moramo odvod enačbe

$$\frac{dK}{dC} = -1,2$$

$$\beta = \frac{dK}{dC} \cdot \frac{C}{K} = -1,2 \cdot \frac{5}{7} = -0,86$$

Krivulja povpraševanja je podana z enačbo $K^D = 30 - 2C$. Izračunaj

a) direktno cenovno elastičnost v točki $C=10$.

b) DK (%) v tej točki, če bi se cena zmanjšala za 5%.

a) $C=10$ à $K=10$

$$\beta = \frac{dK}{dC} \cdot \frac{C}{K} = -2 \cdot \frac{10}{10} = -2$$

Če se cena dobrine dvigne za 100%, se povpraševana količina zmanjša za 200%.

b) $DC = -0,05C$ à $DC/C = -0,05$

$b=-2$

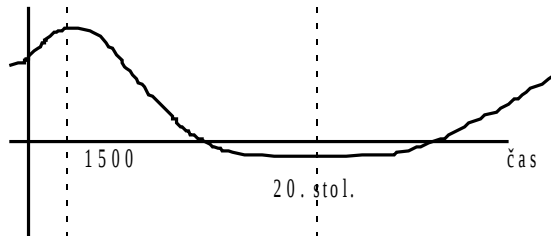
$$\frac{\Delta K}{K} = \beta \cdot \frac{\Delta C}{C} = -2 \cdot (-0,05) = 0,1$$

Če bi se cena v tej točki zmanjšala za 5%, bi se povpraševana količina povečala za 10%.

Giffenov paradoks

Če se neka osnovna, slaba dobrina podraži, si potrošniki ne morejo privoščiti nobene druge boljše dobrine, zato kupujejo več te dobrine, da si vsaj napolnijo želodec. (Dražji ko je krompir, več ga kupujemo, ker se moramo odpovedati siru, mesu, ribam...)

Oscilacije cen v času



Slika 17

Razlog je rast denarja v primerjavo z rastjo produkta. Ko je bilo produktov veliko, si za en zlatnik dobil več. Kasneje, ko se uveljavi denar, pa cene spet naraščajo.

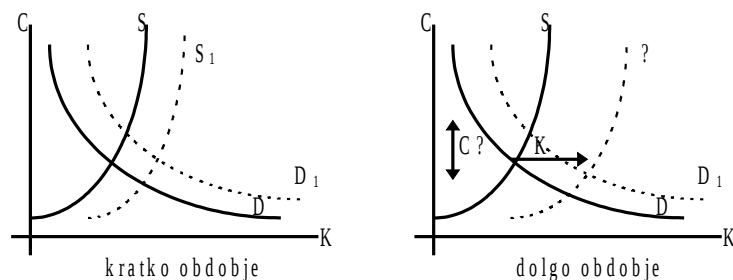
Ciklusi: - dolgoročno gibanje (10 let)

- poslovno gibanje (2-4 leta)

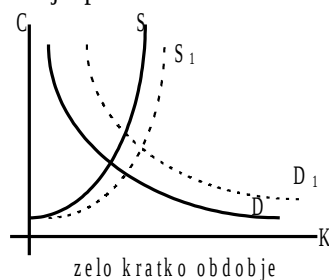
- sezonsko gibanje

- tedensko gibanje

Ponudba v različno dolgih razdobjih in njen vpliv na cene



To je preučeval A. Marshall.



Slika 18

Slika 19

Slika 20

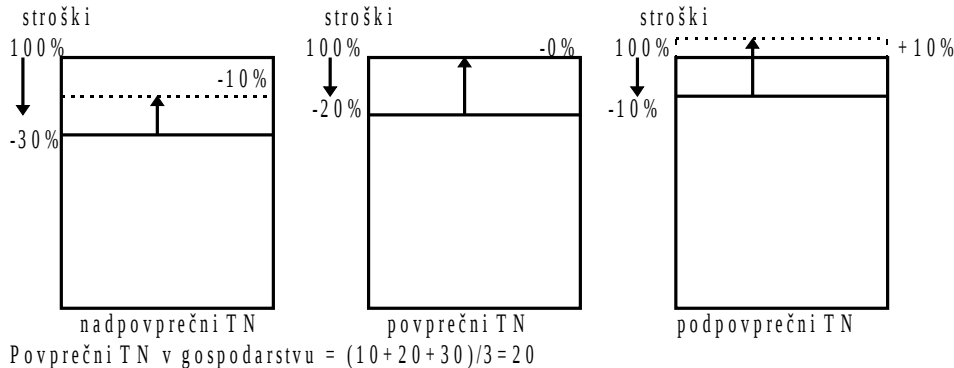
- Zelo kratko obdobje: ponudba se prilagodi iz zalog. Količina se malo poveča, cena pa zelo.
- Kratko obdobje: z boljšim izkoriščanjem obstoječih kapacitet (zaposlijo več delavcev, zaženejo mirujoče stroje...). Poveča se tudi količina ponudbe.
- Golgo obdobje: Z novimi kapacitetami. Količina bo močno poskočila, sprememba cene pa je odvisna od več dejavnikov.

Tehnični napredek in dolgoročni trendi cen

Vzamemo primer, da imamo tri industrijske panoge, ki vse uvajajo tehniko. Ena ima nadpovprečni tehnični napredek, druga povprečnega in tretja podpovprečnega. zaradi tehničnega napredka se poveča produktivnost. To se izrazi na dva načina: - padec realnih stroškov

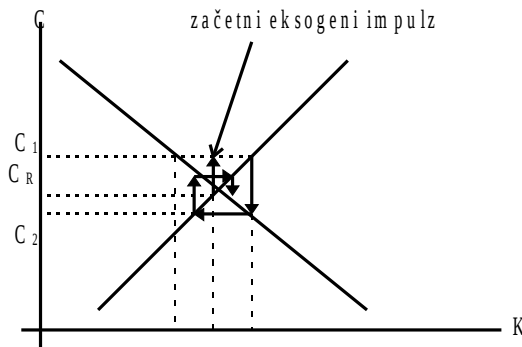
- dvig plač

Zato, ker je trg delovne sile odprt, se plače ne morejo povečevati sorazmerno z napredkom v tej panogi, ampak v celem gospodarstvu enako (sicer bi vsa delovna sila hotela v panogo z največjim TN, torej tudi največjimi plačami) in to v skladu s povprečnim tehničnim napredkom. β Ricardov efekt To velja le, če prehod tehnike ni mogoč, trg delovne sile pa je odprt.



Slika 21

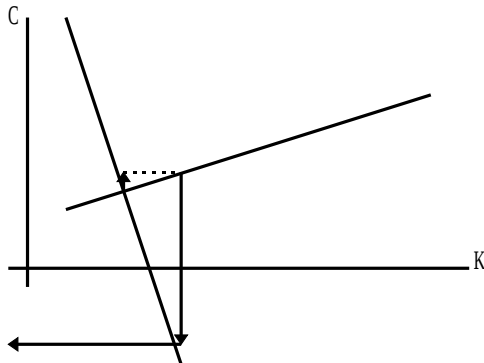
Teorem pajčevine - COB-WEB teorem



Če pride do nenagnega dviga cene (začetni eksogeni impulz je informacija o vojni), povpraševanje reagira trenutno, ponudba pa rabi čas. Primer za krompir: sedaj je krompirja kolikor ga je. Za povečanje ponudbe je potrebno počakati do naslednjega pridelka. takrat pa bo informacija o vojni že mimo in bo povpraševanje manjše, krompirja pa preveč. Zato cene spustijo. \hat{a} počasi se cena vrne na C_R.

Slika 22

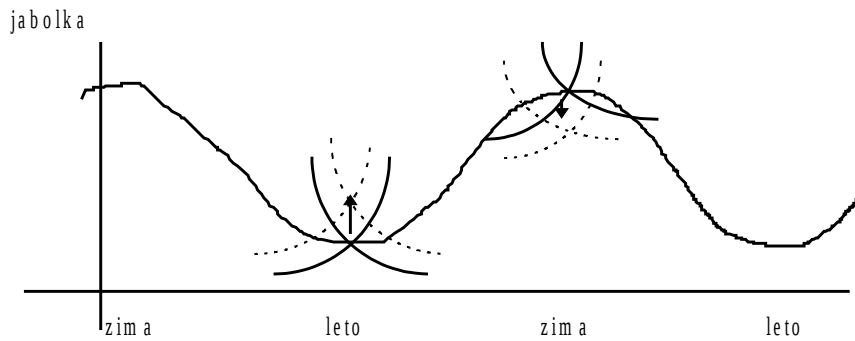
Če pa je ponudba bolj elastična in povpraševanje bolj togo pride do bega od ravnovesja in propada trga.



Slika 23

Če pa sta krivulji enako elastični, se bomo stalno premikali okoli ravnotežne cene - osciliranje.

Predvidevanje bodočih gibanj cen in sedanje cene (špekuliranje s cenami)



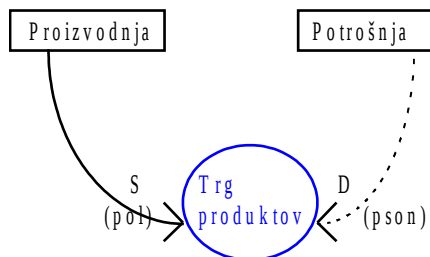
Slika 24

Cena je nizka, splača se kupiti še za ozimnico, ponudnik pa hoče več in zmanjša ponudbo. Cena se zaradi špekuliranja dvigne na ceno predvideno za zimo. Pozimi se zgodi obratno in je lahko takrat cena še celo manjša kot poleti. Na kratek rok je krivulja povpraševanja spodaj \curvearrowright , zgoraj pa gre količina proti 0. Dolgoročna krivulja pa se spodaj zaključi, zgoraj pa gre proti \curvearrowright .

MORFOLOGIJA TRGA

Ukvarja se s tem, kaj je ideal, h kateremu se teži. To je, da je trg konkurenčen, ker je to najboljše za vse sodelujoče. To pa sae doseže z večimi elementi.

Število ponudnikov in povpraševalcev



Slika 25

Če je na strani ponudbe le en ponudnik, je to monopol, če pa je na strani povpraševanja samo eden povpraševalec, je to monopson. Tako dobimo tabelo, v kateri so vse kombinacije.

	-pol	mono-	duo-	oligo-	poli-
-pson	D S	1	2	nekaj	mnogo
mono-	1	monopol monopson	duopol monopson	oligopol monopson	polipol monopson
duo-	2	monopol duopson	duopol duopson	oligopol duopson	polipol duopson
oligo-	nekaj	monopol oligopson	duopol oligopson	oligopol oligopson	polipol oligopson
poli-	mnogo	monopol polipson	duopol polipson	oligopol polipson	polipol polipson = ATOMISTIČNA KONKURENCA

Tabela 6

Kadar je na vsaki strani veliko nastopajočih, je situacija posameznika drugačna. Če ima nekdo monopol, lahko sam določa ceno. Če pa je na vsaki strani veliko sodelujočih in nihče ne obvlada večine, je to **atomistična konkurenca** . - ideal

Homogenost produkta oziroma obstoj in popolnost substitutov

Trg ni homogen, saj je tisti, ki ima boljšo kvaliteto produkta, na boljšem. Na trg pa vpliva tudi obstoj raznovrstnih substitutov (če je radenska predraga, kupim drugo mineralno vodo, ki je skoraj enaka). To bi bil ideal: ali homogeni produkti, ali pa prvovrstni substituti. Obstajajo pa primeri, ko ni možnih substitutov (kruh). Z znanstvenim razvojem se substitutivnost povečuje.

Monopolistična konkurenca: gre za situacijo, kjer ima proizvajalec monopol, a ima več enakih produktov (zobne paste). En proizvajalec proizvaja več zobnih past in če dvigne ceno eni, se bo povečalo povpraševanje po substitutih. Nastane lahko po naravni poti (mineralne vode) ali pa umetno (zobne paste).

Odprtost trga

To pomeni, da sta vstop in izstop ponudnikov in povpraševalcev prosta (tržnica). Veliko trgov pa ni odprtih (odvetniške storitve - potrebuješ kvalifikacije). Če je trg odprt, pomeni večjo konkurenco, večje količine, večje blagostanje. Zaprt pa je lahko iz naravnih razlogov (ni dovolj tako dobrih igralcev, kot je Jordan → zaprt trg, višja cena) ali pa umetno (cehi, zbornice...)

Učinek odprtosti na oblikovanje cen: če se sedanji nastopajoči čutijo suverene, bojo dvigovali cene, če pa čutijo konkurenco potencialnih sodelujočih, pa cene oblikujejo bolj zmerno. Pritisk tistih, ki bi lahko prišli na trg določa ceno in količino.

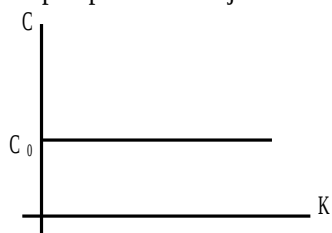
Trg je lahko zaprt iz dveh vidikov: - pravni (nimaš voziškega dovoljenja, ne moreš voziti)

- ekonomski (nimaš sredstev)

Giblјivost (fluidnost)

Giblјiv trg je tisti, kjer se posamezni ponudniki in povpraševalci povsem neovirano odločajo zgolj na osnovi ekonomskih kriterijev (cena, kvaliteta). Lahko pa pride vmes še kak drug element (kupim vedno pri istem, tudi če je cena višja) - to ni več ekonomski element. Razlog za negiblјivost je lahko pomanjkanje informacij ali pa nehomogenost trga.

Trg produktov, ki vsebuje **atomistično konkurenco, homogenost, odprtost in giblјivost**, je idealen trg oziroma to je **čista konkurenca**. Posledica tega je oblikovanje cene, ki je enaka za vse na istem kraju, v istem trenutku. To je najnižja možna cena. Vsi so prispevali k tej ceni in jo morajo sprejeti.

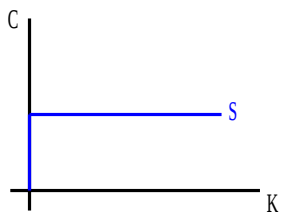


Vsak posameznik je *price-taker* - vzame dano ceno, se ji prilagodi (glede na koristnost oziroma stroške, ki jih ima). Ceno vzame, količino pa si določi sam.

Slika 26

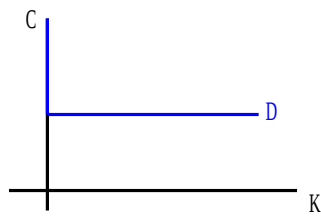
Krivulji ponudbe in povpraševanja pri taki ceni:

Ponudba:



- ponudba posameznemu povpraševalcu

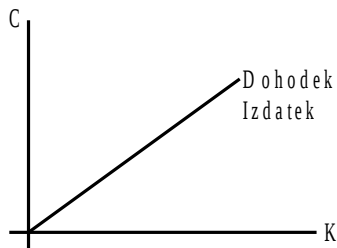
Povpraševanje:



- z vidika posameznega ponudnika
- povpraševanje po produktih posameznega ponudnika

Slika 27

Celotni dohodek oz. izdatki kupca sta linearna funkcija.



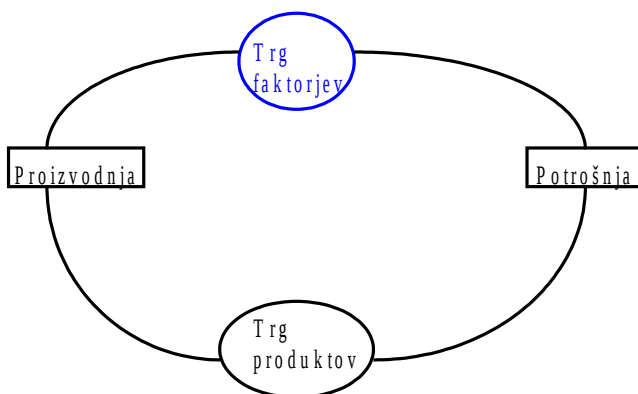
$$\text{Dohodek} = K \cdot C$$

$$\text{Izdatek} = K \cdot C$$

Cena ostaja vedno enaka, količina pa se spreminja.

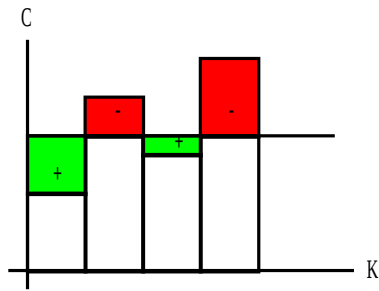
Slika 28

To (idealni trg faktorjev) pa še ne zagotavlja enakih dobičkov. O tem odloča še konkurenca na trgu faktorjev.



Slika 29

Na profit vplivajo še stroški.



Slika 30

Ta situacija ni idealna, ker pogoji niso enaki (različni stroški).

Prosta (svobodna) konkurenca

To je podoben ideal na trgu produkcijskih faktorjev, kot je čista konkurenca na trgu produktov.

gre za situacijo na trgu produkcijskih faktorjev (delo, kapital, izumi, zemlja, podjetništvo), v kateri vsi dejanski in potencialni ponudniki in povpraševalci razpolagajo z enakimi količinami enako kvalitetnih produkcijskih faktorjev in tudi z enakimi finančnimi sredstvi, s katerimi lahko te faktorje nabavljajo.

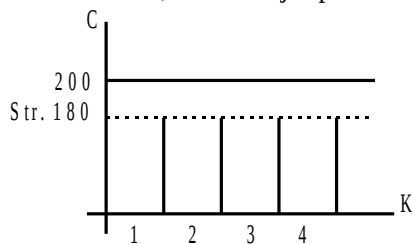
Povpraševalci produktov so hkrati ponudniki produkcijskih faktorjev in ponudniki produktov so hkrati povpraševalci produkcijskih faktorjev (sredstev za izdelavo produkta).

Produkcijskih faktorjev je malo.

Za prosto konkurenco veljajo enaki faktorji kot za čisto konkurenco.

$$\text{Stroški} = K_{PF} * C_{PF}$$

Pri različnih stroških imajo nekateri dobičke, nekateri pa izgube. β to je pred prosto konkurenco, ker imajo potem vsi enake pogoje.



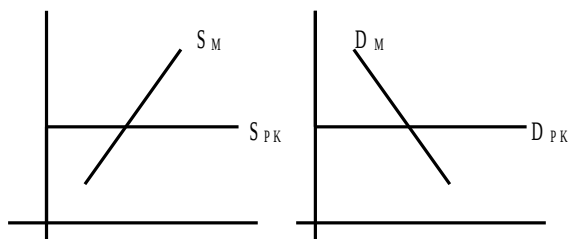
Slika 31

Če bi bil izpolnjen ideal, bi se izoblikovala neka strškovna cena in cena prodaje bi se skozi konkurenco znižala na raven stroškov. Ta cena bi se imenovala **NORMALNA CENA** - najnižja možna, nastala pod pritiskom čiste in proste konkurence à obe skupaj sta **popolna konkurenca**. **NORMALNI DOHODKI** so tisti, ki krijejo **NORMALNE STROŠKE**. Na to, kaj so to normalni stroški, imamo 2 pogleda:

- Marxov pogled: normalni stroški so samo stroški dela
- Marginalistična teorija: normalni stroški so stroški uporabe vseh produkcijskih faktorjev (delo, kapital, zemlja, podjetništvo, izumiteljstvo). Vsakemu faktorju lahko določimo delež, ki ga je prispeval. Vrednost deleža ovrednotimo preko trga.

Monopol

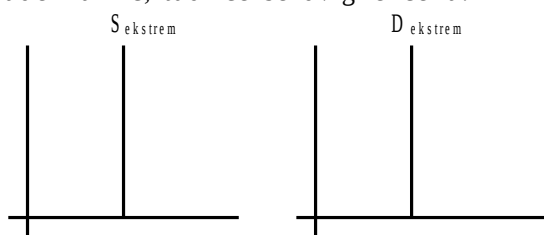
Izhajamo iz popolne konkurenca. Eden od izrazov te konkurenca je, da se ponudba enemu povpraševalce kaže kot absolutno elastična in da je povpraševanje po posameznem produktu absolutno elastično.



M - monopol; PK - popolna konkurenca

Slika 32

V monopolu vsi posamezni povpraševalci in ponudniki oblikujejo agregatno povpraševanje in ponudbo. Absolutno elastične krivulje se nagnejo. Bolj je krivulja nagnjena, večja je stopnja monopola. Če je eden od kupcev zelo pomemben, lahko ceno zniža in še vedno kupi določeno količino. Če je ponudnik sam, lahko izsili svojo pozicijo. Tudi pri višji ceni bo prodal nekakšno količino. Torej v monopolu realizirana količina ne pade na nič, tudi če se dvigne cena.



Slika 33

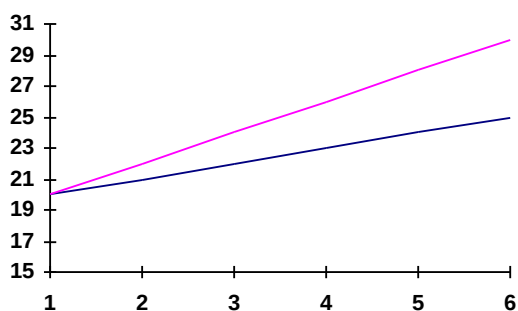
Ne glede na ceno prodam enako količino (pijača, mamila, cigarete...)
 Posamezni ponudniki pritegnejo kupce (nagibajo krivuljo) z reklamami.

Povprečni skupni in mejni izdatki posameznega povpraševalca

K_{nabave}	C_{nabave} (povpr. izdatki)	Skupni izdatki (SIz)	Mejni izdatki (DIz)
1	20	20	20
2	21	42	22
3	22	66	24
4	23	92	26
5	24	120	28
6	25	150	30

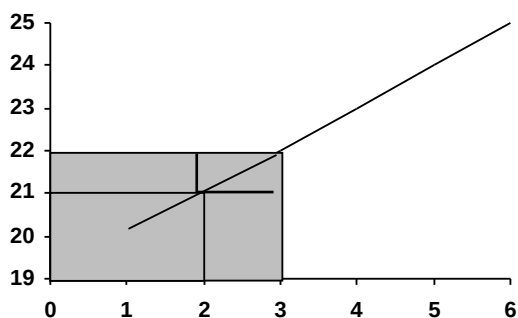
Tabela 7

Mejni izdatki nam povejo kolikšni izdatki nastanejo z nakupom dodatne enote dobrine.



Graf 5

Manjšo količino, ko ponudim, bolj se bojo ponudniki skonkurirali med sabo in ceneje bom kupil.



$$Iz = \text{izdatki}; \quad d = \Delta; \quad N = \text{nabava}$$

$$Iz = K_N \cdot C_N$$

$$dIz = dK \cdot C + K \cdot dC + dK \cdot dC$$

$$\frac{dIz}{dK} = C + \frac{K \cdot dC}{dK} = C \left(1 + \frac{K}{C} \cdot \frac{dC}{dK} \right) =$$

$$= C \left(1 + \frac{1}{\frac{dK}{dC} \cdot \frac{C}{K}} \right) = C \left(1 + \frac{1}{\beta_{\text{cenovna}}} \right)$$

Graf 6

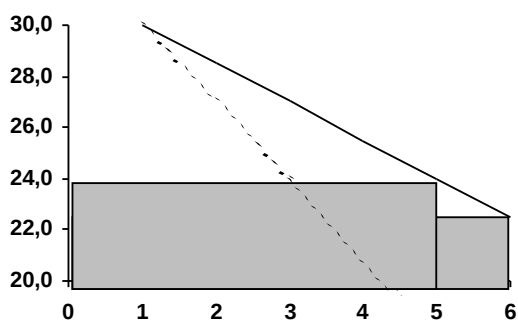
Pri čisti konkurenci velja: $\beta = \infty \Rightarrow C \left(1 + \frac{1}{\infty} \right) = C$. Če je elastičnost drugačna, mejni izdatki hitreje naraščajo kot cena nabave.

Povprečni skupni mejni dohodki posameznega ponudnika

Imamo enega ponudnika in veliko povpraševalcev.

K_{nabave}	C_{nabave}	SIz	DIz	C_{prodaje}	Skupni dohodki (SDh)	Mejni dohodki (DDh)
1	20	20	20	30	30	30
2	21	42	22	28,5	57	27
3	22	66	24	27	81	24
4	23	92	26	25,5	102	21
5	24	120	28	24	120	18
6	25	150	30	22,5	135	15

Tabela 8



$Dh = \text{Dohodki}$; $d = \Delta$; $p = \text{prodaja}$

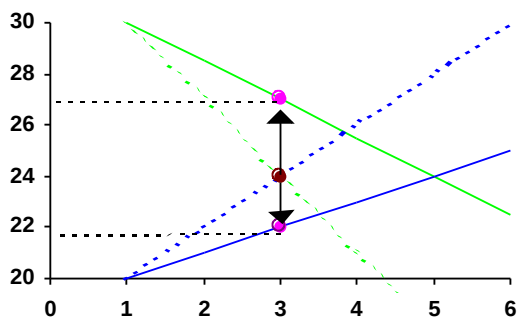
$$Dh = K_p \cdot C_p$$

$$dDh = dK \cdot C - K \cdot dC - dK \cdot dC$$

$$\frac{dDh}{dK} = C - \frac{K \cdot dC}{dK} = C \left(1 - \frac{K}{C} \cdot \frac{dC}{dK} \right) =$$

$$= C \left(1 - \frac{1}{\frac{dK}{dC} \cdot \frac{C}{K}} \right) = C \left(1 - \frac{1}{\beta_{\text{cenovna}}} \right)$$

Graf 7



● - Coulotove točke - točka na krivulji ponudbe in/ali povpraševanja, ki določi nabavno in/ali prodajno ceno. Dobimo jo tako, da potegnemo vertikalo iz sečišča krivulj mejnih izdatkov z mejnimi dohodki na krivuljo ponudbe in/ali povpraševanja.

Iz grafa se vidi, da imam pri treh enotah, ki jih kupim po 22 in prodam po 27, 5 čistega dobička.

Graf 8

Tako lahko v tabelo vnesemo še čisti dohodek ($D_{\check{c}}$) in sicer mejni čisti dohodek ($DD_{\check{c}} = DDh - D_{Iz}$) in skupni čisti dohodek ($SD_{\check{c}}$).

K_{nabave}	C_{nabave}	S_{Iz}	D_{Iz}	$C_{prodaje}$	SDh	DDh	$DD_{\check{c}} = DDh - D_{Iz}$	$S(DD_{\check{c}})$
1	20	20	20	30	30	30	10	10
2	21	42	22	28,5	57	27	5	15
3	22	66	24	27	81	24	0	15
4	23	92	26	25,5	102	21	-5	10
5	24	120	28	24	120	18	-10	0
6	25	150	30	22,5	135	15	-15	-15

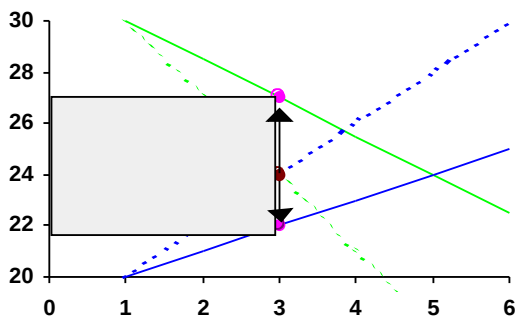
Tabela 9

Monopolist se ustavi pri količinah tako:

- ali da so mejni dohodki enaki mejnim izdatkom
- ali da je mejni profit enak 0 ($DD_{\check{c}}=0$)
- ali da je skupni čisti dohodek maksimalen ($S(DD_{\check{c}})=\max$)

Posledice monopola:

- proizvodni učinek: na trgu menjana količina se zmanjša - manjše blagostanje
- redistribucijski - prerazporeditveni učinek: monopolist si prisvoji dodatni dobiček na račun siromašenja ponudnikov na nabavnem trgu in na račun povečanja izdatkov povpraševalcev na prodajnem trgu



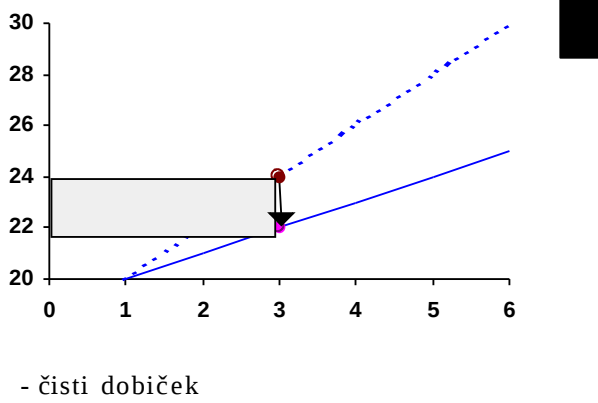
- čisti dobiček monopolista

Graf 9

Monopson položaj, monopol

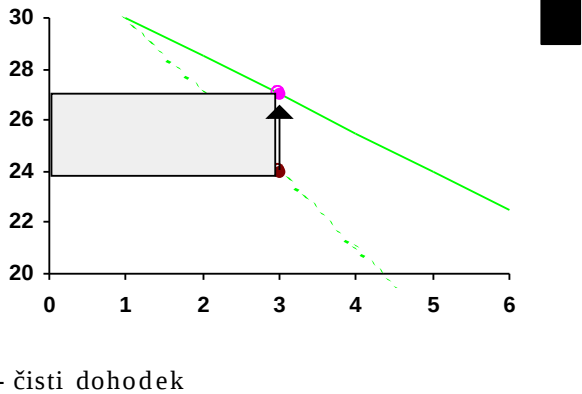
Gre za monopson položaj proizvajalca na trgu produkcijskih faktorjev, na trgu produktov pa je čista konkurenca.

V tem primeru je dobiček tak:



Graf 10

Če pa imamo enega ponudnika in nešteto povpraševalcev, pa je situacija taka:



Graf 11

Omejena konkurenca

Popolna konkurenca je ideal. Če pogoji niso izpoljnjeni, ni čiste ali popolne konkurence. Stopnja nepopolnosti je lahko manjša ali večja. Najhujša je monopol.

Duopol ali oligopol

Vsak od posameznik je pomemben dejavnik na trgu. Obstaja več načinov, do kakšne situacije pride:

1. Dva se lahko dogovorita (kartel):
 - o ceni prodaje
 - o količinah
 - geografska razdelitev → postaneta monopolista

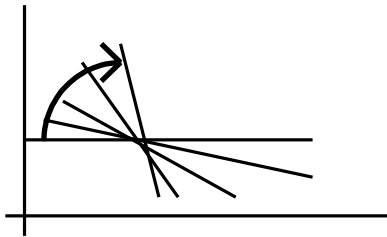
Kartel z vidika blagostanja države ni priljubljen. Zato država sprejema protimonopolno zakonodajo. Pri nas imamo agencijo, ki ugotavlja ali vodijo dogovori v monopol in jih naredi nične, če vodijo vanj.

2. Lahko si konkurirajo - odvisno od moči. Če je eden precej močnejši, je vodja in določi ceno. Dejavniki so moč, pripravljenost na boj in agresivnost. Včasih pride do hude konkurenčne vojne in to privede do hudega znižanja cen.

Monopolistična konkurenca

Gre za situacijo, kjer ima proizvajalec monopol, a ima več enakih produktov (zobne paste). En proizvajalec proizvaja več zobnih past in če dvigne ceno eni, se bo povečalo povpraševanje po substitutih. Nastane lahko po naravni poti (mineralne vode) ali pa umetno, ko iz enega produkta z diferenciacijo nastane veliko število produktov. Diferenciacije so lahko: Sprememba sestave, dodatne koristi vezane na nakup, sprememba zunanjšega izgleda, posebno ime, znak in reklama. Z diferenciacijo se nagiba krivulja povpraševanja:

Postopek gre v treh fazah:



1. skozi reklamo se ustvari potreba
2. ustvarjanje produktov, ki zadovoljujejo potrebo
3. nastane dobiček

Slika 34

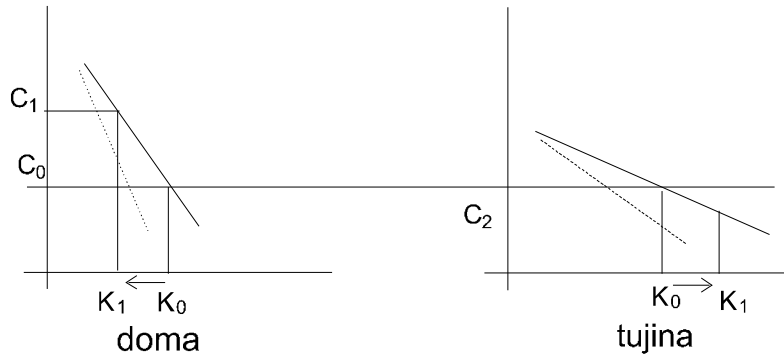
Diskriminacija (diferenciacija) cen

Če je monopolistična konkurenca diferenciacija produktov, je diskriminacija cen, diferenciacija cen.

Dumping - država izvažajo po nižji ceni, kot so njeni stroški. S tem si osvojimo ali pa ohranimo trg. Zato pa doma prodajamo dražje, če smo zaščiteni (carinsko, kako drugače, drugi produkti ne morejo v državo, ali pa so toliko dražji).

Pogoji:

- diskriminator mora biti monopolist
- sposoben mora biti razdeliti trg na podtrge z različno elastičnostjo povpraševanja po njegovih produktih
- med podtrgi ne sme biti mogoča komunikacija



Slika 35

$$C_1 \cdot \left(1 + \frac{1}{\beta_1}\right) = C_2 \cdot \left(1 + \frac{1}{\beta_2}\right)$$

$$\Delta Dh_1 = \Delta Dh_2$$

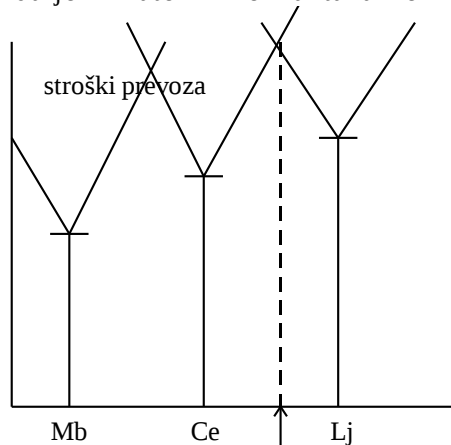
$$\frac{C_1}{C_2} = \frac{1 - \frac{1}{\beta_2}}{1 - \frac{1}{\beta_1}}$$

Vrste diskriminacije cen:

- Dumping - geografska diskriminacija
- časovno (moda)
- po osebi (subjektu)
- po predmetu (objektu) - prevoz (različne tarife za različne vrste prevoza)

Omejitve konkurence zaradi proizvodnih stroškov

Pri produktih, katerih specifična teža glede na volumen je velika (npr. opeka), cena raste z razdaljo in zato ni možna taka konkurenca.



Cene stroškov se izenačijo. Do tu imajo trg Ce, od tu naprej pa LJ

Slika 36

Tehnologija je začela zmanjševati stroške transporta, tako da tudi razdalja ne vpliva več toliko na ceno.