Семинарска работа

Предмет : Основи на економија

Тема: Пазарните сили на понудата и побарувачката

www.MaturskiRadovi.NET

СОДРЖИНА:

1. Поим на побарувачката и крива на побарувачката..............................4
2. Фактори кои ја условуваат побарувачката...6
3. Поим на понудата и крива на понудата..7
4. Фактори кои ја условуваат понудата..8
5. Врамнотежување на побарувачката и понудата...................................9
6. Еластичност на побарувачката..11
7. Факторите што ја детерминираат еластичноста на побарувачката.....13
8. Еластичност на понудата..14
9. Заклучок...15

Вовед

Во оваа семинарска работа ќе ги анализирам темелните елементи на побарувачката и понудата. Во тој контекст најпрво ќе говорам за побарувачката, кривата на побарувачката и факторите што ја детерминираат побарувачката. Потоа ќе ја анализирам понудата, кривата на понудата и нејзините основни детерминанти. Ќе покажам како се воспоставува рамнотежа помеѓу побарувачката и понудата. Анализата ќе ја завршам со испитувањето на еластичноста на побарувачката и понудата.

Поим на побарувачката и кривата на побарувачката

Побарувачката претставува онаа количина од некое добро или услга која потрошувачите сакаат да ја купат, т.е. се способни да ја платат и да ја потрошат во определен временски период. Разликуваме индивидуална и пазарна побарувачка.

Индивидуална побарувачка за определено добро претставува само онаа количина од тоа добро што едно лице сака и е способно да ја плати во определен временски период.

Пазарна побарувачка претставува збир на индивидуалните побарувачки за одредено добро на пазарот на тоа добро. Во натамошниот текст, кога зборуваме за побарувачка на некое добро, секогаш ја имаме предвид пазарната побарувачка на тоа добро.

Врз побарувачката на едно добро дејствуваат голем број фактори. Но, логички гледано, количината од некое добро која луѓето ја купуваат зависи од неговата цена. Колку е цената на некое добро повисока, под претпоставка дека другите услови се непроменети, луѓето ќе сакаат помалку да го купуваат и обратно, колку е цената пониска, повторно под претпоставка дека другите услови се непроменети, луѓето ќе сакаат повеќе да го купуваат.

Во економската анализа побарувачката за определено добро (dx), на пример нека биде доброто X, е функција на цената на доборто X, под претпоставка дека сите други фактори кои ја определуваат побарувачката на доброто останат непроменети. Тоа значи дека во анализата се применува принципот ceteris paribus.

Оттука произлегува:

dx=f(Px) ceteris paribus

Тргнувајќи од оваа претпоставка се воочува дека постои одреден однос помеѓу пазарната цена на одредено добро и бараната количина за тоа добро. Односот на побаруваната количина од некое добро при алтернативни цени се вика скала на побарувачката, или **крива на побарувачката.**

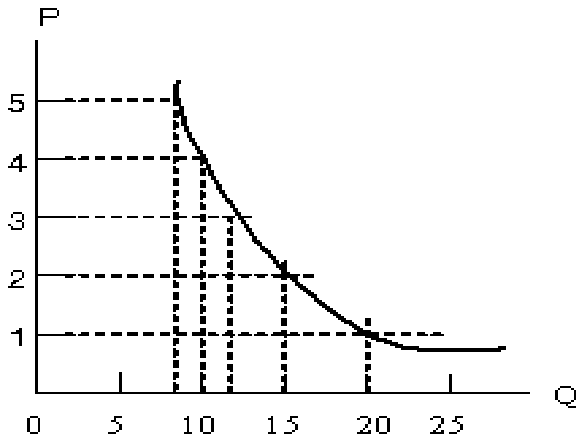
Во наредната табела ќе ја прикажам скалата на побарувачката за доврото X.

Односот меѓу цената и побарувачката на доброто X

	Цената на доброто X (P)	Барана количина (Q)
A	5	9
B	4	10
C	3	12
D	2	15
E	1	20

Ако сега податоците од скалата на побарувачката графички ги прикажам на координатниот систем, со тоа што на ординатата ќе ги нанесам цените, а на апсисата бараните количини за доброто X, ќе ја конструирам кривата на побарувачката на доброто X

Кривата на побарувачката ни ги покажува соодносите помеѓу бараната количина за доброто X од една иднивидуа, од една страна, и цените на дброто X од друга страна, ceteris paribus, значи под претпоставка дека другите фактори кои влијаат на побарувачката се непроменети.



Ако се анализира кривата на побарувачката лесно може да се воочи дека односот помеѓу бараната количина и цената е обратно пропорционален. Колку цената е повисока толку бараната количина е помала, и обратно, колку цената е пониска толку бараната количина е поголема. Затоа кривата на побарувачката има опаѓачки хнагиб од лево кон десно. Ова важно овојство во економијата се вика закон за опаѓање на побарувачката.

Законот за опаѓање на побарувачката може да се формулира на следниот начин: Покачувањето на цената на доброто, под претпоставка ништо друго да не се променило, предизвикува опаѓање (намалување) на вкупната барана количина за одредено добро. Или, ако цената се намали, под услов се друго да не се промени бараната количина ќе се зголеми.

Зошто бараната количина се намалува кога цената расте? Тоа е така од две причини.

Прво поради **ефектот на сопституција**. Што значи тоа? Да претпоставиеm дека цената на некое добро се зголемила. Тогаш секој потрошувач ќе се однесува рационално. Тој ќе го супституира (ќе го замени) со друго добро чија употреба еднакво или слично ги задоволува потребите, а чија цена не се променила, или е пониска. Пример ако се покачи цената на говедското месо луѓето ќе купуваат повеќе пилешко, или ако поскапи струјата, луѓето кои се греат на струја ке се преориентираат да се греат на нафта, ако цената на нафтата за греење не се променила.

Второ, поради **ефектот на доходот.** Покачувањето на цената на некое добро го осиромашува потрошувачот заради тоа што тој со својот доход, кој не му се променил, ќе може да купува помали количини од тоа добро. Тоа значи дека сега

реално има помал доход. На пример, ако се покачи цената на месото, луѓето ќе купуваат помалку месо.

Обратно од ова, ако цената на некое добро се намали, луѓето со својот доход ќе можат да купат поголеми количини од тоа добро. Тогаш нивниот доход реално е поголем. Затоа ќе живеат побогато. Пример: продорите на микроелектронската технологија предизвикаа опаѓање на цената на персоналните компјутери. Во почетокот кога тие се појавија беја многу скапи. Нив можеа да ги купат само богати претпријатија или банки. Денес, поради нивната релативна ниска цена тие се присутни во секое претпријатие, банка училиште, болница, а се повеќе ги има и во нашите домови.

Фактори кои ја условуваат побарувачката

Во досегашната анализа на побарувачката како основен фактор од кој зависи побарувачката ги земавме цените.

Меѓутоа, како што нагласив, побарувачката ја условуваат повеќе фактори. Меѓу нив се: цената на доброто X (Px), висината на доходот на потрошувачите (Y), ширината на пазарот (M), цената на добрата што се поврзани со тоа добро (Pr), вкусовите на потрошувачите (T), очекувањата на потрошувачите за движењето на цените на доброто во иднина (E) и други релевантни фактори (O).

Според тоа произлегува дека потрошувачката за доброто X (dx) е функција на сите наброени фактори.

$$Dx = f\,(Px, Y, M, Pr, T, E, O)$$

Влијанието на цените врз побарувачката го објаснив понапред, при што дејството на другите фактори го запоставувам. Сега, да ги прокоментирам другите фактори.

Доходот на потрошувачите – дејствува така што со порастот на доходот на потрошувачите се зголемува побарувачката за секое добро и обратно.

Големината на пазарот и неговата апсорпциона моќ се мери со боројот на населението на една земја, или еден пазар, и просечниот доход на населението. Логично е да се претпостави дека замја со голем број на население и висок просечен доход на населението, располага со голем пазар. Затоа таму побарувачката ќе биде поголема за било кое добро, и обратно.

Цените на добрата поврзани со тоа добро – овде станува збор за цените на супститутите на едно добро и цените на добрата кои се во комплементарен однос со даденото добро. Како супститути се сметаат оние добра кои во потрошувачката задоволуваат иста потреба или приближно иста, поради што во потрошувачката се взаемно заменливи, пример путер и маргарин. Поради зголемувањето на цената на путерот потрошувачите ќе лупуваат повеќе маргарин, што ќе предизвика зголемување на побарувачката на маргарин. Комплементарни добра се такви кои заедно влегуваат во потрошувачката. Пример кафе и шеќер. Зголемувањето на

потрошувачката на кафето предизвикува зголемување на потрошувачката на шеќерот.

Вкусовите на потрошувачите – претставуваат збир на субјективни елементи наречени вкусеви или преференции. Вкусевите или преференциите на потрошувачите се индивидуални и многу различни од еден до друг субјект. Некој на пример, преферира да носи спортска облека, а некој класична. Некои повеќе сакаат спортски автомобили итн. Вкусовите или преференциите можат да ги вклучат традицијата, обичаите, религиозните фактори, здравствените фактори и сл. На пример во САД луѓето преферираат да јадат говедско месо. Но во Италија тоа е забрането. Современата медицина сугерира да се јаде повеќе храна со витамини и минерали отколку со маснотии, помалку месо повеќе зеленчук, овошје или морска храна. Сите овие елементи влијаат на формирањето на вкусовите на луѓето, а врз таа основа и побарувачката на различните добра и услуги.

Очекување на движењето на цената на доброто во иднина – ако се очекува зголемување на цената на некое добро или услуга во иднина сегашната побарувачка на тоа добро се зголемува. Пример пред секое покачување на нафтените деривати настанува редица на колони пред бензиските пумпи. А пак кога се очекува намалување на цената на некое добро во иднина сегашната побарувачка се намалува, односно се одлага побарувачката на тоа добро за во иднина кога ќе може да се купи по пониска цена.

Други релевантни фактори и посебни влијанија – на крај на побарувачката на одредени добра влијаат и многу други специјални фактори. На пример, врнењето на дожд ја зголемува побарувачката на чадори, снежна зима ја зголемува побарувачката за скујачка опрема итн.

Поим на понудата и крива на понудата

Под **понуда** се подразбира количината на некое добро која претпријатијата сакаат и се способни да ја произведат и продадат за одреден цременски период.
И овде разликуваме индивидуална и пазарна понуда.

Индивидуална понуда е количина што едно претпријатие сака и е способно да ја произведе и продаде за одреден временски период.

Пазарна понуда се добива со сумирање на сите количини на одредено добро што индивидуалните претпријатија сакаат и се способни да ги произвадат и продадат за одреден временски период.

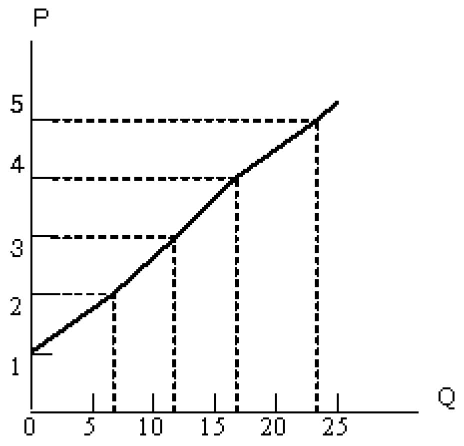
Понудата, исто така, е определена од повеќе фактори. Но се смета дека понудата е функција на пазарната цена, доколку другите фактори остануваат непроменети, значи доколку се примени принципот ceteris paribus.

Односот помеѓу пазарната цена и количините на одредено добро што производителите сакаат да ги произвадат и продадат, ceteris paribus, претставува скала или **крива на понудата.**

Односот помеѓу пазарната цена и понудената количина на доброто X.

	Пазарна цена P	Понудена количина Q
A	5	18
B	4	16
C	3	12
D	2	7
E	1	0

Со нанесување на податоците од скалата на понудата на координатниот систем, и тоа цените на ординатата, а понудените количини на апсисата, ќе ја конструирам кривата на понудата.



Кривата на понудата има нагорен наклон и на десно. Ваква форма на кривата на понудата е резултат на дејството на законот на опаѓачките приноси.

Фактори што ја условуваат понудата

Понудата ја условуваат повеќе фактори, како што се: профитот на претпријатието (Pf), цената на доброто X (Px), цените на другите фактори за производство – инпутите (Pi), технологијата (T), цената на другите добра што се во врска со доброто X (Pg) и други релевантни фактори (O).

Од тука произлегува дека цената на доброто X (sx) е функција на сите горе наведени фактори:

$$Sx = f(Pf, Px, Pi, T, Pg, O)$$

Профитот – е еден од најзначајните фактори што ја условуваат понудата на било кое добро. Секое претпријатие произлегува заради остварување на профит.

Профитот е разлика помеѓу вкупниот приход на претпријатието и неговите вкупни трошоци. При повисока цена претпријатието остварува поцисок профит. Тогаш приходите од продажбата се повисоки од трошоците на производство. Тоа ќе гостимулира да ја зголеми понудата.

Цената на доброто X – како што објаснив од висината на пазарната цена на дброто зависи големината на профитот што претпријатието ќе го остварува. Повисоката цена овозможува остварување на повисок профит и обратно. Затоа претпријатието при повисоки цени ќе ја зголемува понудата, а при пониски ќе ја намалува.

Цената на другите фактори на производство – инпутите – Цените на инпутите што се користат како фактори на произвадство, како што се: суровините, енергијата трудот и сл. Влијаат врз висината на трошоците. Користење на импути по пониски цени, при што и трошоците се пониски, дава можност за остварување повисок профит. Во тој случај понудата ќе биде поголема и обратно.

Технологијата – технологијата може да биде современа и застарена. Од карактерот на технологијата зависат трошоците на производство. Така напредните технологии ја заменуваат продуктивноста на трудот и ги намалуваат трошоците. Таа дава можност са остварување на повисок профит. И, обратно, застарените технологии, поради високите трошоци, нудат помали мозжности за остварување профит. Затоа во првиот случај понудата ке биде поголема, а во вториот помала.

Цената на другите добра што се во врска со доброто X – и овде станува збор за супституција. Да претпоставиме дека една фирма има еднакви можности за производство на телевизори и аудио системи. Ако се покачи пазарната цена на аудио системите, фирмата дел од капацитетите за производство на телевизори ќе ги пренасочи во производство на аудио системи, затоа што во тој случај производството на аудио системи е попрофитабилно.Понудата на телевозори ке се намали, а на аудио системи ке се зголеми.

Други релевантни фактори – во реалниот живот многу други фактори можат да влијаат на одлуките на претпријатијата да ја намалат или зголемат понудата. На пример, очекувањата на промените на цените. Доколку една фирма знае дека цените во иднина ќе се зголемат, таа во сегашноста ќе ја намали понудата, за да ја зголеми во иднина кога цените ке се зголемат, што ќе и даде можност да оствари повисок профит.

Врамнотежување на побарувачката и понудата
(чистење на пазарите на поединечните добра и услуги)

Силите на понудата и побарувачката се сретнуваат на пазарот и низ нивното взаемно дејство се формираат цените на добрата и услугите. Во еден момент понудата и побарувачката се врамнотежуваат. Тогаш се врамнотежуваат цените и количините на соодветното добро, а с тоа го врамнотежуваат и пазарот. Пазарната рамнтежа се постигнува во точката каде што купувачите се подготвени по дадената цена да ги купат сите понудени количини, а продавачите се подготвени по истата

цена да ги продадат сите произведени количини од одредено добро. При пазарната рамнотежа настанува чистење на пазарот на соодветното добро или услуга.

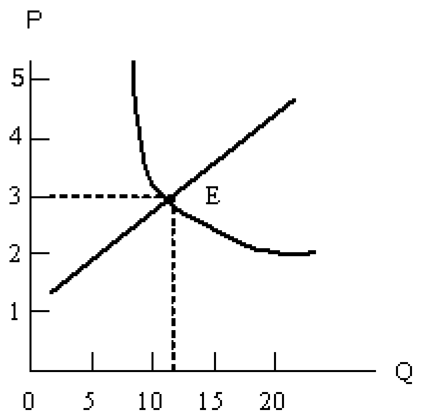
За да го илустрираме врамнотежувањето на пазарот ќе ги земиме податоците од претходните табели за побарувачка и понуда на доброто X.

Врамнотежувањето на понудата и побарувачкатана доброто X, или чистење на пазарот за доброто X

Можни цени на доброто X по единица	Барана количина (единици)	Понудена количина (единици)	Состојба на пазарот	Притисок врз цените
5	9	18	Вишок	Надолу
4	10	16	Вишок	Надолу
3	12	12	Рамнотежа	Неутрално
2	15	7	Недостиг	Нагоре
1	20	0	Недостиг	Нагоре

Да видиме како се врамнотежуваат понудата и побарувачката, односно како се чисти пазарот. При пазарна цена од 5 производителите се спремни да понудат 18 единици од доброто X, додека купувачите се спремни да откупат само 9 единици. Значи на пазарот ќе се јави вишок на производи- понудата на доброто X е поголема од побарувачката. Затоа кај производителите ќе се формираат залихи од доброто X. Тие, за да можат да се ослободат од залихите ќе ја намалат цената. Во овој случај пазарот за доброто X е во нерамнотежа. Ист е и случајот и при цената од 4-. Но да претпоставиме дека цената се намалила на 2-, тогаш производителите ќе понудат само 7 единици, а потрошувачите се спремни да купат дури 15 единици. Значи сега се јавува недостаток на доброто X. Пазарот пак не е во рамнотежа. Рамнотежата се постигнува при цена од 3-, кога производителите се спремни да понудат 12 единици, а потрошувачите се подготвени да купат токму 12 единици од доброто X. Во таа точка ќе дојде до врамнотежување на цените и количините на доброто X. Значи пазарната цена од 3- го чисти пазарот на доброто X. Во тој случај нема ниту вишок ниту недостаток на доброто X.

Врамнотежување на пазарот на доброто X графички може да се прикаже на следниот начин



Понудена и побарувана количина

Еластичност на побарувачката

Претходните истражувања потврдија дека помеѓу бараната количина за определено добро и висината на цената на доброто постои обратно пропорционална зависност - ако цената расте, побарувачката за доброто опаѓа, односно ако цената опаѓа, побарувачката за доброто расте. Тоа беше, како што порано утврдивме, суштината на законот за побарувачката.

Ценовната еластичност на побарувачката (или едноставно еластичност на побарувачката) го покажува интензитетот на реагирање на бараната количина на некое добро на промената на цената, ceteris paribus

Со други зборови ценовната еластичност на побарувачката ќе ни покаже за колку проценти ќе порасне бараната количина за доброто X, ако, на пример, неговата цена се намали за 10% и обратно – за колку проценти ќе се намали бараната количина за истото добро , ако неговата цена порасне за 10%. Врз таа основа се пресметува т.н **коефициент на еластичноста на побарувачката (Ed)**

$$Ed = \frac{\text{Промена на количината на доброто X во \%}}{\text{Промена на цената на доброто X во \%}}$$

Од формулата може лесно да се утврди дека коефициентот на еластичноста на побарувачката е негативна големина, бидејќи постои обратнопропорционален однос помеѓу бараните количини и цените. Но, во економската литература, заради олеснување на пресметките, вообичаена е претпоставката дека коефициентот на еластичноста е позитивна големина и ние во понатамошната анализа така и ќе го третираме.

Од практиката е познато дека побарувачката на различни добра различно реагира на промената на нивните цени. Кај добрата нужни за живот, како храна , на

пример промените на цените обично имаат мало влијание врз промените на количините што се побаруваат. Имено, дури и храната позначително да поскапи, луѓето ќе мораат да ја обезбедат, бидејќи без неа, едноставно не се може.Сосема е шпоинаква состојбата кај луксузните добра.Таму промените на цените имаат солкно влијание врз количините што се бараат – ако на пример цените на луксузните добра значително се зголемат, тоа ќе предизвика надпропорционално опаѓање на нивната побарувачка, што е и нормално, бидејќи помалата потрошувачка на луксузни добра не ја загрозува егзистенцијата на луѓето.

Да претпоставиме сега дека доаѓа до 10% прираст на цените на сосема различни добра, А Б Ц . Нормално е побарувачката на различни производи различно да реагира на порастот на цената – бараните количини за производот А, на пример, како резултат на десетпроцентното покачување на цената, ќе се намалат за 20%, кај производот Б намалувањето на количините ќе биде 5 %, а кај производот Ц 10%. Со замена на податоците во општата формула за коефициентот на еластичноста на побарувачката ќе ги добиеме следниве резултати ...

Производ А $Ed = \frac{20}{10} = 2$

Производ Б $Ed = \frac{5}{10} = 0,5$

Производ Ц $Ed = \frac{10}{10} = 1$

Во случајот на производот А коефициентот на еластичноста на побарувачката е 2. Овде практично станува збор за **еластична побарувачка**, заради едноставниот факт што **промената во бараната количина е поголема од промената на цената на производот –** цената пораснала за 10 % , а бараната количина се намалила дури за 20 %. Со други зборови, побарувачката е еластична кога таа значително или силно реагира на промената на цената на соодветното добро. Во таков случај коефициентот на еластичност ќе биде поголем од единица, бидејќи поголем процент на промената на бараната количина го ставаме во сооднос со помал процент на промената на цената.

Во случајот на производот Б, имаме нееластична побарувачка. Тука промената во бараната количина е помала од промената на цената, односно побарувачката не е доволно чувствителна на промената на цената на соодветното добро. Заради тоа, нееластичната побарувачка исфрла коефициент на еластичност помал од 1.

Во случајот на производот Ц имаме т.н **единична** или **унитарна еластичност на побарувачката.** Тука коефициентот на еластичноста на побарувачката е 1, што значи дека бараната количина на соодветното добро расте

или се намалува пропорционално со промената на цената.- ако цената порасне за 10% побарувачката ќе се намали за 10% и обратно.
Според тоа

- Побарувачката е еластична ако Ed>1
- Побарувачката е нееластична ако Ed<1
- Побарувачката е единечна ако Ed=1.

Факторите што ја детерминираат еластичноста на побарувачката

Постојат четити основни фактори кои ја детерминираат ценовната еластичност на побарувачката.

Првиот фактор е **карактерот на доброто – дали се работи за нужно или луксузно добро.** Бараните количини за нужни добра се релативно стабилни без оглед на промените на цените, бидејќи беа нив луѓето не можат да опстанат. Таков е на пример случајот со храната. Обратно е со луксузните добра за живот – побарувачката за златен накит, на пример, силно реагира на порастот на цените. Ако цените на златниот накит пораснат за 50%, многу луѓе ќе се воздржат од нивно купување.

Вториот фактор е врзан за **супститутите на добрата**. Добрата што имаат добра супституција имаат висока ценовна еластичност на побарувачката. Силниот пораст на цената на путерот ќе има и силен одраз врз бараните количини – потрошувачите ќе се свртат кон позначајна конзумација на маргарин.

Третиот фактор е **релативно учество на издатоците за доброто во вкупниот буџет на потрошувачот.** Учеството на трошоците за различни зачини, на пример, како што е солта, црниот пипер, циметот, кимот и други, во вкупниот буџет на семејството е минимално, поради тоа што овие добра имаат типично нееластична побарувачка. Се разбира дека тоа не е случај со издатоците за превоз, стан и сл, кои се високи и со големо учество во семејниот буџет, поради што и се карактеризираат со висока еластичност.

Четвртиот фактор е **времето што на потрошувачите им стои на располагање за да реагираат на промените на цените на добрата**. Еластичноста на побарувачката за исти добра обично е мала на кус рок и во нужда, а поголема на долг рок. ″Добар пример за тоа е оној со бензинот.″ Да претпоставиме дека покачувањето на цената на бензинот ве затеклона пат. Дали ќе размислувате за продажба на автомобилот и откажување од понатамошно патување? Сигурно не. Според тоа, кусорочната еластичност на побарувачката е близу нула.

На долг рок, вашето однесување го прилагодувате на повисоката цена на бензинот. Можете да купите помал и поекономичен автомобил, да купите велоспиед, да патувате со воз...

Еластичност на понудата

По елаборирањето на ценовната еластичност на побарувачката, лесно е да се разбере ценовната еластичност на понудата, бидејќи се работи за две сили, навистина со спротивен знак, но кои секогаш чинат едно единствено.

Еластичноста на понудата го мери степенот, односно интензитетот на реакцијата на понудените количини на доброто X на промените на неговата цена. Според тоа коефициентот на еластичноста на понудата (Es) е еднаков на

$$Ed = \frac{\text{Промена на понудените количини во \%}}{\text{Промена на цените во \%}}$$

Се разбира дека по истата аналогија како кај еластичноста на побарувачката, понудата е еластична, односно нееластична кога реакцијата на понудените количини на промените на цените е силна или слаба. Еластичноста на понудата е пропорционална со процентуалната промена на цените. Слична е состојбата и со екстремите - совршено нееластична, односно совршено еластична понуда.
Свежите домати и пиперки во продавницата кои се лесно расипливи често ќе мораат да се продадат по било која цена. Понудата во овој случај се приближува до совршената нееластичност. Доколку пак мало смалување на цената на некое добро предизвика смалување на количините што се нудат на нула, или пак мало зголемување на цените на некое добро предизвикува вонредно високо зголемување на количините што се нудат, станува збор за бесконечна еластична понуда.

Најзначајните фактори кои ја детерминираат еластичноста на понудата се : **Времето што на претпријатието му стои на располагање за промена на производството и понудата во зависност од промената на цената**. Во моментален период, претпријатијата не се во можност да го зголемат производството на одделни добра, сеедно што нивната цена на пазарот пораснала. Во ваква ситуација понудата е перфектно нееластична. На кус рок, доколку цените на одделни добра се зголемат, претпријатието може барем до некаде да го зголеме производството, а со тоа и понудата на одделни добра , со активирање на варијабилните фактори на производството – воведување на повеќесменско работење, ангажирање на повеќе суровини и сл. Во ваква ситуација понудата би покажала извесен степен на еластичност. На долг рок, претпријатието е во состојба значително да го зголеми производството на одделни добра како резултат на ангажирање , не само на варијабилните, туку и на фиксните фактори на производството – изградба на нови фабрички хали, монтирање на нови машини,

опрема итн. Тоа значи дека на долг рок понудата покажува висок степен на еластичност.

Производните можности на секторот – има сектори во кои инпутите на производството лесно можат да се обезбедат и да овозможат зголемување на производството и на понудените количини – типичен случај е текстилната индустрија. Тука еластичноста на понудата ќе биде висока. Но, постојат стопански сектори кои во ресурсите се нагласено ограничени – таков е случајот со производството кое се базира на природните богатства од необновлива природа. Тука еластичноста на понудата е мала.

Заклучок

1. Индивидуалната побарувачка за определено добро претставува количина на доброто што едно лице сака и е способно да ја плати во определен временски период. Врз побарувачката на определено добро дејствуваат голем број на фактори. При тоа дури и од практиката може да се заклучи дека цената на доброто е најзначајниот фактор од кој што зависи побарувачката на тоа добро.Други фактори што ја условуваат побарувачката за одредено добро се : Висината на доходот на побарувачките, ширината на пазарот, цената на добрата што се поврзани за тоа добро, вкусевите на потрошувачите, очекувањата на потрошувачите за движењето на цената на доброто и во иднина и други релативни фактори.
2. Односот помеѓу бараните количини за одредено добро и неговата цена , под претпоставка дека ништо друго не се променило , ни ја даваат кривата на побарувачката.
3. Законот за побарувачката во економијата може да се формулира на следниов начин : покачувањето на цената на доброто, под претпоставка дека ништо друго не се променило предизвикува опаѓање на вкупната барана количина за тоа добро. Практично најголем број добра подлежат на овој закон.
4. Промените на висината на потрошувачкиот доход, големината и ширината на пазарот, цените на супститутите, вкусевите на потрошувачите и слично ја поместуваат кривата нагоре или надолу.
5. Понудата ни ја претставува количината на едно добро што претпријатието сака и е способно да го произведе и продаде за одреден временски период според дадената цена. Врз понудата на поединечното добро влијаат голем број фактори од кои најзначајни

се следниве : профитот на претпријатието, цената на доброто, цената на инпутите , технологијата, и цената на супститутите.

6. Кривата на понудата го претставува односот помеѓу пазарната цена на доброто и понудената количина, под претпоставка дека другите фактори кои влијаат врз понудата се непроменливи. Доколку се промени било кој од факторите, што ја детерминираат понудата , освен цената , доаѓа до поместување на кривата на понудата.
7. Ценовната еластичност на побарувачката го покажува интензитетот на реагирање на бараната количина на некое добро, на промената на цената, ceteris paribus. Коефициентот на еластичноста на побарувачката ни го покажува соодносот помеѓу промените во бараната количина за одделно добро, искажани во проценти и промените во цената на истото добро, исто така искажани во проценти.
8. Разчичните добра и услуги застапени во производните програми на претпријатијата, манифестираат различна ценовна еластичност на побарувачката поради што промените на нивните цени имаат различен одраз врз вкупниот приход на претпријатието: **Намалувањето на цените на добрата при ниска еластичност на побарувачката го намалува вкупниот приход на претпријатието. Намалувањето на цените на добрата при еластична побарувачка го зголемува вкупниот приход и Намалувањето на цените на доброто при единечна еластичност не предизвикува промени брз вкупниот приход.**
9. Врз еластичноста на побарувачката најсилно влијание имаат следните фактори : природата на доброто (дали се работи за нужни или луксузни добра), степенот на супституција на доброто, релативно учество на трошоците на соодветното добро во вкупниот семеен буџет и времето што на потрошувачот му стои на располагање на промената на цената.
10. Еластичноста на понудата го мери степенот односно интензитетот на реакцијата на понудените количини на доброто X на промените на неговата цена.
11. Еластичноста на побарувачката е детерминирана од :

    Времето што претпријатието му стои на располагање за промената на производството и понудата во зависност од промената на цената(дали се работи за моментален ,кус или долг рок)

    Производните можности, односно релаѕивната расположливост на ресурсите во соодветниот стопански сектор.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Д-р Таки Фити и М-р Владимир Филиповски, Основи на микроекономијата, Економски Факултет , Скопје , 1999
2. Д-р Таки Фити и Д-р Димитрија Новачевски, Избрани теми од основи на микроекономијата и макроекономијата, Економски Факултет , Скопје, 2000
3. Јаковски Б. Маркетинг, Економски Факултет , Скопје 2000
4. Атанасоски С., Политичка економија на светскиот поредок, Економски Факултет, Прилеп 2002
5. ″Економска енциклопедија″ И и ИИ, Београд , 1984
6. Д-р Таки Фити и група автори, ″Економија – микроекономски пристап″, Економски Факултет Скопје, 1997

www.MaturskiRadovi.NET

Gotovi seminarski, maturski, maturalni i diplomski radovi iz raznih oblasti, lektire , puškice, tutorijali, referati. www.MaturskiRadovi.Net je specijalizovan tim za usluge visokokvalitetnog pisanja, istraživanja i obradu teksta za kompletan region Balkana.

Posetite nas na sajtovima ispod:

http://www.maturskiradovi.net

http://www.maturski.net

http://www.seminarskirad.org

http://www.seminarskirad.info

http://www.seminarskirad.biz

http://www.maturski.org

http://www.magistarski.com

http://www.essaysx.com

http://www.facebook.com/DiplomskiRadovi

Takođe, na sajtu pronađite i tutorijale, referate, primere radova, prepričane lektire, vesti, čitaonicu... Na ovom sajtu ste u prilici pronaći preko 10000 radova iz raznih oblasti: ekonomija (menadzment, marketing, finansija, elektronskog poslovanja, internet tehnologija, biznis planovi, makroekonomija, mikroekonomija, preduzetnistvo, upravljanje ljudskim resursima, ...), informatika (internet, informacione tehnologije, softver, hardver, operativni sistemi, baze podataka, programiranje, informacioni sistemi, računarske mreže, ...), biologija i ekologija, filozofija, istorija, geografija, fizika, hemija, književnost, matematika, likovno, psihologija, sociologija, ostali predmeti (politika, saobracaj, mašinstvo, sport, muzika, arhitektura, pravo, ustav, medicina, engleski jezik, ...).

Uspostavljanjem ovog projekta, zadovoljila se i veoma prisutna potreba za specijalizovanim timom, koji će na studente i omladinu pravovremeno i adekvatno delovati u edukativnom i pozitivno usmeravajućem pravcu, ali i predstavljati efikasnu podršku u pisanju sopstvenih radova.

U cilju pružanja što kvalitetnijeg sadržaja radova, okupljen je odabrani tim, sastavljen od iskusnih stručnjaka iz različitih oblasti, čiji je cilj da autorskim pristupom i prepoznatljivim stilom izrađuju i istražuju najrazličitije oblasti i afirmišu slučajeve iz prakse.

Za sada posedujemo gotove radove iz oblasti prava, ekonomije, ekonomike preduzeća, javnih finansija, spoljnotrgovinskog poslovanja, informatike, programiranja, matematike, fizike, hemije, biologije, ekologije, menadžmenta, astronomije, carine, špedicije, poreskog sistema, javne uprave, računovodstva...., a uskoro ćemo se proširiti i na ostale oblasti. Inače, izrada maturskih, seminarskih, diplomskih radova po želji je naša primarna opcija. Nakon što aplicirate za određeni rad, dobićete odgovor najkasnije za 24h.