

Ако не знаш куда идеш, мислиш ли да је сваки пут прави?

Ако не знаш куда идеш, како ћеш знати да си тамо стигао?

Анонимни аутор

## ЦЕНА - ЧИНИЛАЦ ТРАЖЊЕ

За купце цена производа врло често представља значајан а често пута и пресудан чинилац приликом њихове одлуке о куповини неког производа. По правилу, утицај промена цена обрнуто је пропорционалан кретању тражње. То значи да пораст тржишних цена, по правилу, доводи до смањења тражње, а самим тим и потрошње одређених производа.

Функција тражње показује однос између тражене количине ( $Q_d$ ) и тржишне цене ( $P$ ). Математички функција тражње изражава се као:  $Q_d = f(P)$ .

Код тражње количина и цена обрнуто су пропорционалне: количина расте када цена опада и обрнуто. То својство назива се Закон опадајуће тражње [49]. Закон опадајуће тражње гласи: када цена добра (производа) расте а спољни чиниоци се не мењају, купци купују мање робе.

Функција тражње може се приказати табеларно и графички. На графикону ? дат је пример где се види да при највећем нивоу цене (5 новчаних јединица) тражена количина је најмања (10 јединица), и обрнуто, при најнижем нивоу цене (1 новчана јединица) тражена количина је највећа (70 јединица).

Графикон ? : Утицај кретања цена на тражњу



Евидентно је да са порастом цена долази до опадања тражње и обрнуто, са опадањем цена долази до пораста тражње за производом.

Уколико се промене тржишне цене доћи ће до промене тражене количине производа. Графички се може приказати као промена криве тражње. Уколико дође до повећања тражње крива ће се померити удесно, а ако се тражња смањи крива ће се померити у лево

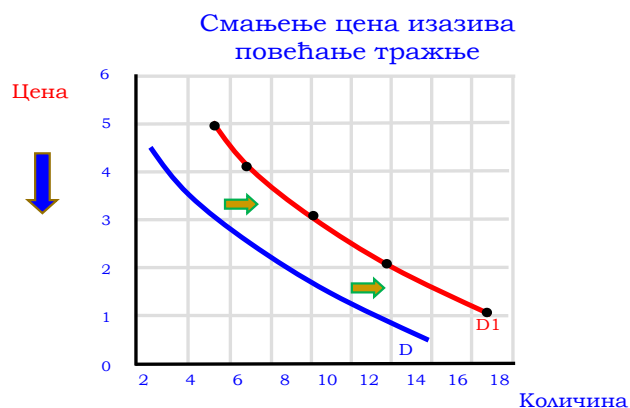
Графикон ? : Утицај пораста цена на кретање тражње



Пораст цена изазива смањење тражене количине производа (графикон ?.). Потрошачи реагују тако што смањују тражњу за производима. Када се цена добра (производа) смањује и када се спољни услови не мењају, тражена количина се повећава. Смањење тражене количине услед пораста цена последица је деловања ефекта супституције и ефекта дохотка:

- Ефекат супституције - ако се цена неког добра повећава, потрошач одлучује да то добро супституише неким другим сличним добром. Врши се преумеравање тражње на сличан производ ако дође до пораста цена при истој висини дохотка (говеће месо које има вишу цену супституише се свињским месом које има нижу цену).
- Ефект дохотка - огледа се у смањењу тражене количине услед пада куповне моћи изазване смањењем дохотка потрошача. Ово долази до изражаја у условима раста цена, јер растом цена свако постаје сиромашнији ако остали услови остају непромењени [50]. Са порастом цена долази до опадања тражње и обрнуто, са опадањем цена долази до пораста тражње за неким производом.

Графикон ? : Утицај смањења цена на кретање тражње



Обрнуто, са смањењем цена долази до повећања тражње за одређеним производима. У пракси постоји низ одступања од општег закона тражње. Ради се о појавама где су кретање цена и тражње, односно потрошње, истосмерна, односно парадоксална. Најчешћи облици одступања од општег закона тражње су следећи:

- ✓ Гифенов парадокс,
- ✓ Вебленов ефекат,
- ✓ Кузњецов феномен

Гифенов парадокс – назван према енглеском новинару и статистичару Роберту Гифену (Sir Robert Giffen, 1837-1910.) – везује се за производе које купују најсиромашнији социјални слојеви становништва. Ради се о производима која су од посебног значаја у исхрани становништва са најнижим приходима. Почетком XX века Гифен је утврдио да што је већа цена хлеба, то ће бити и већа тражња за њим. Основни узрок таквом кретању тражње налази се у ниском реалном дохотку становништва, које је приморано да троши много хлеба јер има нижу цену у односу на друге намирнице – месо, маст, шећер и др. На поскупљење производа исхране потрошачи реагују још већом тражњом (потрошњом) истог јер се ради о неопходним (инфериорним) добрима – хлеб, кромпир, пиринач и сл. До овакве појаве долази због тога што најсиромашнији слојеви становништва при порасту цена основних животних намирница имају све мање средстава за куповину других (скупљих) производа које су раније користили у исхрани. Због тога купују само основне намирнице, које су, практично, најбитније и сразмерно најјефтиније, које им у новим условима окружења обезбеђују висок енергетски ниво потрошње (ситост организма). При истом нивоу дохотка потрошачи смањују куповину неких скупљих производа (месо, млеко и сл.), а повећавају (компензују) тражњу за основним (инфериорним) производима [51].

Вебленов ефекат – према америчком економисти и социологу Торстену Веблену (Torsten Bunde Veblen, 1857-1929.), писцу дела: “Теорија доколичарске класе”, карактерише тражња производа које купују потрошачи са највишим дохотком. Реч је о производима који имају карактер луксузних (ексклузивних) добара, али пре свега, оних који се купују као статусни симболи. Последица високог дохотка којим располажу поједине групе људи и који им омогућава да се у куповини и потрошњи понашају разметљиво као снобови. Са опадањем цене потрошачи смањују тражњу за тим производом. Пад тражње условљен је:

- ⇒ Тумачењем потрошача да је пад цене неког производа последица пада квалитета, па потрошачи престају га да купују.
- ⇒ Расипничко понашање богатих потрошача, који траже само најлуксузније производе, и уколико цена пада, они га не купују јер производ може да постане доступан ширем кругу потрошача (који га раније нису куповали).

Вебленов ефекат одраз је богатства одређених друштвених кругова и класа. Неки производи купују се мање због њихове стварне користи и вредности, а више због снобизма и скупоће. Више цене доводе до веће тражње, јер, онда такве предме-

те могу да купују потрошачи са високим дохоцима. Поседовањем таквих, скупце-них предмета жели се да се покаже, стави до знања и означи сопствени положај у друштву. Опадање цена поменутих производа води ка смањењу тражње јер потрошачи сматрају да са смањењем цена та роба губи на ексклузивности и више не представља статусни симбол у друштву. Наиме, када производи постану доступни ширим слојевима становништва тада губе обележја статусних симбола, па због тога престају да их купују богатији слојеви становништва [53].

Кузњецов феномен – према америчком економисти руског порекла Симону Кузњецу (Simon Smith Kuznets, 1901-1985.), који се бавио истраживањем односа националног дохотка и богатства. Он објашњава тзв. случајеве “шпекулације”, са порастом цена долази до пораста тражње – јер се сматра да ће цене у наредном периоду и даље имати тренд раста, са смањењем цена долази до смањења тражње јер се очекује да ће цене у наредном периоду и даље имати тренд пада. Ово се односи, углавном, на тражњу и куповину средстава за репродукцију, а ређе за скупце-не предмете. Ови случајеви везани су, углавном, за специфичне ситуације на тржишту (ратна стања, висока инфлација и сл.).

Да би цена била упоредива у дужем временском периоду, врши се њено свођење на реалне оквире. Ово се назива дефлационирање цена, тиме се елиминише утицај инфлације на цену. Реална цена добија се на следећи начин:

$$\text{Реална цена} = \frac{\text{Номинална цена}}{\text{Индекс цена}} \cdot 100$$

Дефлационирање је поступак одстрањивања утицаја промена цена на вредносно изражене појаве. Добија се делењем номиналних вредности цена са одговарајућим индексом цена. Добијени индекс цена назива дефлацијским индексом или дефлатором. Индекс цена показује колико треба платити одређени производ у једном одређеном временском периоду у поређењу са оним што је било потребно платити за исти производ у неком претходном временском периоду (<http://www.-poslovni.hr>.)

**Ценовна еластичност тражње** (Price elasticity of demand) представља јачину реакције тражене количине неког добра на промену цене тог истог добра, уз предслов да остали чиниоци остану непромењени (једнаки, односно константни). Обележава се симболом  $E_{d,p}$  (price elasticity of demand).

Еластичност тражње изражава се коефицијентом ценовне еластичности тражње. Представља однос између релативних промена у количини тражене робе и релативних промена реалне цене исте робе. Изражава се као однос између процентуалне промене тражене количине ( $Q_d$ ) и процентуалне промене цена ( $P$ ). Претпоставка је да су остали чиниоци тражње непромењени (константни).

Коефицијент ценовне еластичности тражње показује за колико процената се мења тражња када се цена мења за 1%.

$$E_{d,p} = \frac{\text{Процентуална промена тражене количине}}{\text{Процентуална промена цена}}$$

$E_{d,p}$  - коефицијент ценовне еластичности тражње:

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

$\Delta$  - промена  $Q$  - количина тражње,  $P$  - цена

Ценовна еластичност тражње израчунава се као количник процентуалне промене тражене количине одређене робе и процентуалне промене цене исте робе. Ценовна еластичност варира у складу са временом које потрошачи имају за евентуалну реакцију на промену цене. Тражња је ценовно еластичнија у дугом него у кратком року.

Коефицијент ценовне еластичности тражње ( $E_{d,p}$ ) може да се креће од нуле до бесконачности, али по правилу, има негативне вредности, јер се тражња мења у супротном правцу од промена цена.

- Када је  $E_{d,p} > 1$ , тражња је еластична.
- Када је  $E_{d,p} < 1$ , тражња је нееластична

Коефицијент ценовне еластичности тражње може бити већи од 1, једнак 1 и мањи од 1 па се разликује: еластична, јединично еластична и нееластична тражња.

Табела 6: Врсте ценовне еластичности тражње

Облик	Вредност
✓ Еластична тражња	$E_{d,p} > 1$
✓ Јединична еластичност тражње	$E_{d,p} = 1$
✓ Нееластична тражња	$E_{d,p} < 1$
✓ Савршено нееластична тражња	$E_{d,p} = 0$
✓ Савршено еластична тражња	$E_{d,p} = \infty$

Коефицијент ценовне еластичности тражње може да има следеће појавне облике [модификовано 55]:

Еластична тражња - коефицијент ценовне еластичности тражње већи је од један ( $E_{d,p} > 1$ ). Пораст у цени изазива веће, обрнуте промене у тражњи.

На пример, ако се цена неког производа повећа за 25%, долази до смањења тражње за истим производом за 50% (графикон ?).

Графикон ?: Еластична тражња



Јединична еластичност тражње - коефицијент ценовне еластичности тражње једнак је јединици ( $E_{d,p} = 1$ ) - промена у цени изазива одговарајућу, пропорционалну, али обрнуту промену у тражњи (графикон ?.).

На пример, ако цена неког производа порасте за 25%, тражња ће се смањити у истом проценту (опада за 25%). Тада по правилу приход привредног субјекта остаје непромењен.

Графикон ?: Јединична еластичност тражње



Нееластична тражња - коефицијент ценовне еластичности тражње мањи је од један ( $E_{d,p} < 1$ ) - промене у цени веће су од одговарајућих обрнутих промена у траженој количини производа.

На пример, ако се цена неког производа повећа за 25%, тражња ће се истовремено смањити за мањи проценат од 25%, на пример за 10% (графикон ?.). Повећање цена одразиће се на повећање укупног прихода привредног субјекта. Цена и укупан приход крећу се у истом смеру.

Графикон ? : Нееластична тражња



Савршено нееластична тражња - коефицијент ценовне еластичности тражње једнак је нули ( $E_{d,p} = 0$ ) - промене у цени не утичу на кретање тражње, она остаје иста, односно непромењена (графикон ?). Тражња је потпуно неосетљива на промену цене. Назива се још и перфектна нееластичност тражње. Тражња за прехранбеним производима постаје нееластична када се потрошња приближава физичкој глади или ситости. Пример за ову тражњу јесу лекови. Промена цене не утиче на укупан приход привредног субјекта.

Графикон ? : Савршено нееластична тражња



Савршено еластична тражња - коефицијент ценовне еластичности тражње је бесконачан број ( $E_{d,p} = \infty$ ) - тражена количина изузетно је осетљива на промене цене. Сваки и најмањи раст цене, смањује и сасвим прекида тражњу за производом (тражња пада на нулу). Сваки и најмањи пад цене изазива бесконачно повећање тражње (графикон ?). При датој цени купци купују било коју количину али обустављају куповину при било којој већој цени. Ово представља, пре свега, теоретски модел промена тражње. Врло ретко може да се нађе у пракси.

Графикон ? : Савршено еластична тражња



Пример: ако коефицијент ценовне еластичности тражње за неким производом (месо, млеко, поврће..) износи  $-1,25$ . Значи да ће пораст реалних цена за  $1\%$  изазвати смањење тражње за истим за  $1,25\%$ , под условом да су сви остали чиниоци тражње непромењени (константни).

Еластична тражња:

- ✓ Тражена количина значајно реагује на промене цена.
- ✓ Ценовна еластичност тражње већа је од један ( $E_t > 1$ )
- ✓ Односи се на луксузне производе ( $E_t > 1$ ).

Нееластична тражња:

- ✓ Тражена количина не реагује значајно на промене цена.
- ✓ Ценовна еластичност тражње мања је од један ( $E_t < 1$ )
- ✓ Односи се на неопходне производе ( $E_t < 1$ ).

Генерално посматрано, постоји ниска еластичност тражње прехранбених производа у односу на цене. То значи да се пораст цена слабо одражава на смањење тражње, односно, веће варијације цена неће имати осетније варијације у тражњи основних производа (хлеб, маст, шећер, уље, кромпир, пиринач, јаја и сл.). Прехранбени производи задовољавају основне људске физиолошке потребе – потребе за храном. Код других производа, међутим, коефицијент еластичности показује високу вредност (нарочито код луксузних производа, јер је њихова тражња осетљива на промене цена). На пример, са порастом цена долази до опадања потрошње врхунских вина или квалитетних жестоких алкохолних пића.

Често пута повећање цена привредног субјекта делује контрапродуктивно у смислу да мало повећање цена има значајне последице које се огледају у значајном паду тражње и на тај начин смањивању прихода привредног субјекта. Наравно увек се мора посматрати и цена конкурената на тржишту.