

# Analiza i oblikovanje ponude

---

Huskić, Andrijana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:847363>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-20**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij-Menadžment

Andrijana Huskić

**Analiza i oblikovanje ponude**

Završni rad

Osijek, 2021. godina

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij-*Menadžment*

Andrijana Huskić

## **Analiza i oblikovanje ponude**

Završni rad

**Kolegij: Mikroekonomika**

JMBAG: 0111133442

e-mail: andrijanahuskic@hotmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc. Ivan Kristek

Osijek, **godina 2021.**

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study- Management

Andrijana Huskić


**Analysis and shaping of supply**

Final paper

Osijek, 2021.

## IZJAVA

### O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je \_\_\_\_\_  
završni (navesti vrstu rada: završni / diplomski /  
specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim  
istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti  
autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i  
teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu  
na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli  
pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u  
institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju  
Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne  
i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i  
visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11,  
94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke  
datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu  
obrane istog.

**Ime i prezime studenta/studentice:** Andrijana Huskić

**JMBAG:** 0111133442

**OIB:** 02836550322

**e-mail za kontakt:** andrijanahuskic@hotmail.com

**Naziv studija:** Preddiplomski sveučilišni studij

**Naslov rada:** Analiza i oblikovanje ponude

**Mentor/mentorica završnog rada:** izv.prof.dr.sc. Ivan Kristek

U Osijeku, 14.09.2021. godine

Potpis Andrijana Huskić

## **Analiza i oblikovanje ponude**

### **SAŽETAK**

Ovaj rad govori o ponudi, njezinoj analizi svega što uključuje samu ponudu i opisuje njezina obilježja. Ponuda je usko vezana uz potražnju i jedna bez druge ne funkcioniraju. One su te koje određuju cijene na tržištu. Ponuda predstavlja količinu bilo kojeg dobra ili usluge koju su prodavači spremni prodati po određenoj cijeni. Prema zakonu ponude kada cijena nekog dobra poraste, ponuđena količina također raste, a onda kada cijena pada, tada pada i ponuđena količina. Postoje i krivulje ponude koje pokazuju promjene do kojih je došlo, bilo da je riječ o povećanju ponude kada se krivulja pomiče udesno ili pak o smanjenju ponude, kada se krivulja pomiče ulijevo. Gospodarstvo je vezano za ekonomiju, s obzirom da ono predstavlja proizvodnju, distribuciju i trgovinu proizvoda i usluga na određenom području, odnosno predstavlja privredu. Međudjelovanje između tržišta i države je neizostavno. Svaka država na svijetu se bavi svojim gospodarstvom te mora biti upoznata kako i na koji način nadgledati i efikasno upravljati gospodarstvom. Država mora osigurati efikasnost, utjecati na povećanje, jednakost i raspodjelu dohotka te održavati stabilnost i poticati na gospodarski rast. Pri samoj raspodjeli dohodaka jako je važno pravilno ih rasporediti kako ne bi došlo do društvene nejednakosti.

**Ključne riječi: ponuda, ponuđena količina, elastičnost**

## **Analysis and shaping of supply**

### **ABSTRACT**

This paper talks about the supply, its analysis of everything that includes the supply itself and describes its characteristics. Supply is closely related to demand and they do not function without each other. They are the ones who set the prices in the market. An offer represents the quantity of any good or service that sellers are willing to sell. There is a law of supply which says that, among other things being equal, when the price of a good rises, the quantity offered also rises, and then when the price falls, then the quantity offered also falls. There are also supply curves that show the changes that have taken place, whether it is an increase in supply when the curve grows to the right or a decrease in supply when the curve will move to the left. The economy represents the production, distribution and trade of products and services in a particular area. Interaction between the market and the state is inevitable. Every country in the world deals with its economy and must be aware of how and in what way to monitor and effectively manage the economy. The state must ensure efficiency, influence the increase, equality and distribution of income, and maintain stability and encourage economic growth. When it comes to the distribution of income, it is very important to distribute it properly in order to avoid social inequality.

**Keywords: supply, offered quantity, elasticity**

# SADRŽAJ:

1. Uvod.....	1
2. Pojemno određenje ponude.....	2
2.1. Definiranje ponude .....	2
2.2. Čimbenici ponude .....	3
2.3. Obilježja ponude.....	6
2.4. Oblikovanje ponude .....	9
3. Elastičnost ponude.....	13
3.1. Relativno elastična ponuda .....	16
3.2. Jedinično elastična ponuda .....	17
3.3. Relativno neelastična ponuda .....	18
3.4. Posebni slučajevi elastičnosti .....	18
4. Analiza važnosti ponude za gospodarstvo države .....	20
5. Zaključak .....	23
Literatura.....	24



## 1. Uvod

U ovom završnom radu definirat će se pojam ponude i njezina obilježja. Također će se spomenuti i čimbenici koji određuju samu ponudu, te vrste njezine elastičnosti koja predstavlja jako važan segment same ponude. Također će se obraditi i uloga države na samo tržište, te analizirati važnosti ponude za gospodarstvo države. Kroz rad će se koristiti dostupna literatura i drugi znanstveni izvori.

Ponuda predstavlja količinu proizvoda koju proizvođač planira prodati i to u određenom vremenskom intervalu, po određenim uvjetima. Ti uvjeti su cijena, troškovi, distribucija, način plaćanja, preuzimanje rizika i sl. Postoji zakon ponude koji kaže da pri višoj cijeni proizvoda količina ponude bude viša. Putem krivulja ponude pokazuje se količina ponude uz različite cijene proizvoda kada su konstantni ostali činitelji koji utječu na ponudu.

Posrednik preko kojeg država djeluje na cijene je ponuda i potražnja. Izravna kontrola pojavit će se kada država utječe na slobodno formiranje cijena i kada ih administrativno odredi. Te mjere uključuju: zamrzavanje, blokadu, postavljanje stropova, jamstvo cijena i sl.

Tvrtke koje proizvode određene proizvode trebale bi se moći prilagoditi promjenama koje se stalno događaju na području tržišta i to u smislu intenziteta i količine. Tvrtke moraju biti spremne na oscilacije potražnje ovisno o proizvodu koji prodaju. Ukoliko se trend povećanja potražnje za proizvodom koji tvrtka prodaje povećava tijekom određenog vremenskog razdoblja, potrebno je prilagoditi proizvodnju. Proizvodnju je u tom slučaju potrebno povećati kako bi količina, a samim time i ponuda raspoloživih proizvoda bila dostatna za zadovoljenje postojeće potražnje. Što se tiče učinaka kontrole i cijene negativna posljedica je porast poreza koji utječe i na potrošače i na proizvođače. Povećanje proizvodnje povećava troškove proizvodnje koji na taj način mogu utjecati na konačnu prodajnu cijenu što može izazvati negativan stav potrošača. Osim konačne prodajne cijene koja u iznimnim situacijama može porasti, negativnu posljedicu izaziva i porast poreza. Međutim, porast poreza ima obostrani učinak, te istovremeno utječe i na proizvođača i na potrošača.

## **2. Pojmovno određenje ponude**

U ovom dijelu rada obradit će se problematika ponude kroz teorijski pristup. Kroz rad su definirani čimbenici ponude, obilježja, te način oblikovanja ponude. Poduzeća proizvode dobra i pružaju usluge svojim kupcima. Takva njihova djelatnost omogućuje oblikovanje ponude određenih dobara i usluga na tržištu.

### **2.1. Definiranje ponude**

Mikroekonomija predstavlja promatranje ponašanja jedinica ekonomije i donošenje odluka o istima. Ekonomske jedinice obuhvaćaju pojedinačne proizvođače i pojedinačne potrošače, tj. pojedinačno poduzeće te pojedinačno kućanstvo. Kada se isto gleda s razine ukupne proizvodnje i ukupne potražnje, poduzeće i kućanstvo jesu ekonomski entiteti koji su relativno samostalni te su njihove aktivnosti usklađene na način da tržište posreduje.

Na tržištu je kućanstvo nositelj potražnje za pojedinim uslugama i dobrima te tako nastoji maksimizirati korisnost uz dohodak koji je raspoloživ. Iz navedenog se zaključuje kako kućanstvo diktira što je potrebno proizvoditi. S druge strane, poduzeće predstavlja nositelja proizvodnje pojedinih usluga i dobara, nastoji se proizvoditi usluge i dobra od kojih se očekuje da će maksimizirati korisnost prikazanu profitom ili nekom drugom korisnosti. (Pavić, Benić, Hashi, 2006: 28)

Ponuda prikazuje koliko je proizvođač spreman na pojedinom mjestu u pojedino vrijeme ponuditi pojedinu količinu usluge ili dobra uz različite razine cijena. Iz navedenog se zaključuje kako se ponuda ne odnosi na sveukupnu količinu proizvoda koja je raspoloživa u pojedinom vremenskom razdoblju, već samo na količinu proizvoda koji su ponuđeni za prodaju. Tržišne strukture vrlo su važne kada je riječ o ponudi jer se ista odvija u raznolikim uvjetima. Na strani ponude nalaze se proizvođači, ponuđači, koji nude usluge i dobra na za to predviđenom tržištu. Kada se ponuda analizira, potrebno je tržište promatrati sa strane širine geografskog obuhvata te sa strane gospodarske grane u kojoj posluje pojedino poduzeće. Tako se na primjer promatrajući poljoprivrednu gospodarsku granu utvrđuje kako je više ponuđača u grani proizvodnje žitarica, no onih u grani konoplje. Kada se promatra geografska strana, utvrđuje se razlika među brojem proizvođača na području cijele države ili pojedine županije. Ako je grana prostorno i predmetno uža, samim time je manje poduzeća obuhvaćeno što može utjecati na formiranje tržišnih cijena. (Karić, 2009: 92)

Cijena robe koja je ponuđena na tržištu varira od proizvođača do proizvođača jer su uvjeti u kojima proizvode različiti (posjeduju različite sirovine, kvaliteta je drugačija, itd.). Cilj svakog tržišnog ponuđača je da svoje proizvode proda što je moguće u kraćem roku te uz što je moguće višu cijenu kako bi time ostvarili što veći profit. Jedan proizvođač na tržištu svojom ponudom čini pojedinačnu ponudu, dok više njih predstavlja zbirnu, ukupnu ponudu. (Benić, 2001: 31)

## 2.2. Čimbenici ponude

Kada se u mikro i makroekonomiji gledaju krivulje potražnje i ponude imaju zajedničko podrijetlo, ali se svaka od njih odnosi na neku drugu pojavu. Krivulja ponude pojedinog dobra pokazuje međusobno djelovanje cijene i količine dobra na tržištu koje su proizvođači spremni proizvesti te prodati ceteris paribus. Promjenom elemenata koji su temelj ponude dolazi do pomaka ponude čime se mijenja ravnoteža količine i cijene. (Ivančević, Perec, 2017: 94)

Pomak krivulje ponude može se dogoditi zbog brojnih čimbenika koji ne moraju biti vezani uz cijenu. Puno je različitih čimbenika, a jedni od najvažnijih jesu cijene resursa koji se koriste prilikom proizvodnje, tehnologije korištene u proizvodnji, cijene drugih proizvoda, promjene ciljeva proizvođača, očekivanja proizvođača o tome kako će se u budućnosti kretati cijene uvjeta proizvodnje te drugih dobara, potrebe za likvidnim sredstvima, zalihe dobara, porezi, poticaji, i slično.

Tehnologija koja se koristi u proizvodnji svakodnevno napreduje zbog čega se povećavaju mogućnosti proizvodnje iz jednake količine resursa koji se upotrebljavaju. Proizvodnost rada ovisi o tehnologiji. Što je tehnologija naprednija to je veći učinak prema jedinici proizvodnje, odnosno ljudskog rada. Tehnologija koja je poboljšana dovodi do snižavanja troškova proizvodnje što samim time povećava mogućnost za proizvodnju i tržišnu ponudu. Ponuđači su spremni ponuditi veću količinu proizvoda uz bilo koju cijenu čime se pomiče krivulja udesno (veće količine).

Na ponudu pojedinog proizvoda utječu i cijene resursa. Promjenom cijene pojedinog resursa koji proizvođač upotrebljava, utječe na visinu proizvodnih troškova, a isto tako i na dobit koja se očekuje tom proizvodnjom. Svakim sniženjem troškova, povećava se ponuda, a ista se smanjuje povećanjem troškova.

Još jedan od čimbenika koji utječu na ponudu jesu cijene drugih proizvoda ukoliko su ti proizvodi međusobno zamjenjivi. Primjerice, ukoliko se poveća cijena jabuka, navedeno može utjecati na to da proizvođač krušaka dio svog zemljišta usmjeriti na proizvodnju jabuka i time poveća njihovu ponudu na tržištu i smanji ponudu krušaka. Naravno, isto vrijedi i u suprotnom, ako cijena jabuka padne, ceteris paribus, proizvođač će povećati proizvodnju krušaka i smanjiti ponudu jabuka kojima je cijena na tržištu opala.

Poticaji i pristojbe povezani su također s količinom ponuđenih proizvoda. Porezi i carine te druga davanja koja su propisana zakonom utječu na ponudu, a isto ovisi o vrijednosti prodaje i opsegu iste. Povećanje navedenih stavki izravno utječe na smanjenje ponude i povećanje proizvodnje.

Kada se mijenjaju ciljevi koje ima proizvođač, mijenja se i njegova spremnost za prodaju pojedinog dobra po pojedinoj cijeni. U ekonomiji se prihvaća pretpostavka da poduzeće ima jedan temeljni cilj, a to je maksimizacija dobiti. Moguće je da proizvođač ima i neki drugi cilj uz maksimizaciju dobiti.

Zalihe dobra koje proizvođač posjeduje, također utječu na njegovu spremnost za prodaju istog dobra. Ukoliko proizvođač ima velike zalihe koje nisu prodane, samim time će biti spremniji prodati veću količinu tog dobra, te obrnuto.

Potrebe proizvođača za likvidnim sredstvima koja u pojedinom trenutku ima proizvođač utječu na to po kojoj je cijeni spreman prodati dobro. Stanje zaliha dobra utječe na spremnost ponuđača za prodaju tog dobra po određenoj cijeni. Ako ponuđač ima veliku neprodanu zalihu, bit će spremniji prodati veće količine i obrnuto.

Potrebe za likvidnim sredstvima koje u određenom trenutku ima ponuđač utječu na njegovu spremnost za prodaju tog dobra po određenoj cijeni. Ukoliko proizvođač ima veliku potrebu za gotovim novcem, spremniji je prodati veću količinu dobra po istoj cijeni te obrnuto. (Karić, 2009: 96-97)

Čimbenici potražnje jesu (Karić, M., Mikroekonomika, 2009.: 97):

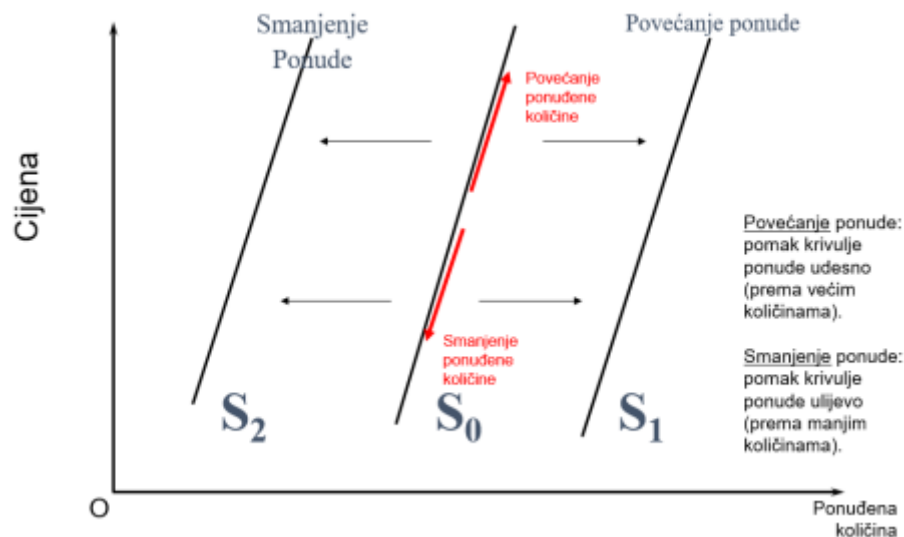
- cijene ovisnih dobara,
- dohoci potrošača,
- očekivanja potrošača,

- ukusi potrošača,
- promjena broja potrošača,
- uvjeti razmjene.

Čimbenici ponude jesu (Karić, M., Mikroekonomika, 2009.: 97):

- cijene drugih dobara,
- cijene resursa,
- promjena broja ponuđača,
- očekivanja ponuđača,
- promjene u tehnologiji,
- poticaji i pristojbe.

U čimbenike potražnje ulaze i okolnosti koje imaju utjecaj na sposobnost i volju kupaca da kupe pojedinu uslugu ili dobro. U čimbenike ponude ulaze i okolnosti koje imaju utjecaj na sposobnost i volju ponuđača da određenu uslugu ili dobro prodaju. Čimbenici ponude obuhvaćaju sve okolnosti koje imaju utjecaj na veličinu troškova i prihoda pojedine proizvodnje ukoliko ponuđači žele ostvariti maksimalnu dobit. (Karić, 2009: 97).



Slika 1: Promjena ponude

Izvor: Štavlić, 2019: 48

"Povećanje ponude prikazuje se kroz pomak krivulje ponude udesno (prema većim količinama), krivulja S1. Smanjenje ponude prikazuje se kroz pomak krivulje ponude ulijevo (prema manjim količinama), krivulja S2. Promjena cijene nekog dobra znači, uz ostale nepromijenjene uvjete, promjenu ponuđene količine i tada dolazi do pomaka po krivulji ponude (crveno označeno na krivulji S0). Promjena ne cjenovnih odrednica ponude (uz stalnu cijenu dobra) znači promjenu (povećanje ili smanjenje) ponude. Ukoliko se mijenjaju ne cjenovne odrednice ponude, tada dolazi do pomaka krivulje ponude lijevo ili desno, ovisno o nastaloj promjeni." (Štavlić, 2019: 48)

### **2.3. Obilježja ponude**

Kada je cijena viša, tada su ponuđači spremni ponuditi veće količine proizvoda no onda kada je cijena niža jer je cilj obavljanja djelatnosti ostvarivanje dobiti. Dobit ostvarena proizvodnjom pojedinog dobra povećava se onda kada njegova cijena raste, ako se ne promijene cijene resursa koji se koriste prilikom proizvodnje. Proizvođači se trude da povećaju proizvodnju onih dobara čija cijena raste te da smanje proizvodnju onih čija se cijena ne mijenja ili smanjuje.

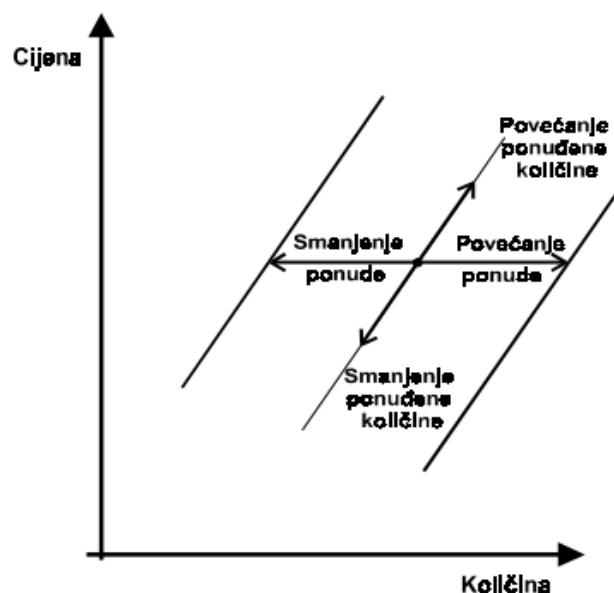
Postoji i izuzetak zakona ponude, odnosno sklonost tome da veće cijene utječu na manje količine. Odnosno, kad poslodavac poveća plaću radnicima, pojedinci tada žele raditi manje sati no prije što je nerijetka pojava, a zakon nije poništen. Navedeni se zakon ne upotrebljava samo kako bi se promatralo kako cijena utječe na količinu, već se upotrebljava i za samo određivanje cijene koja je potrebna kako bi se pojedina količina ponude dobila na tržištu. Time je zakon ponude moguće koristiti na raznim razinama u odlučivanju. Pojedinac koji želi veću količinu pojedine usluge ili robe, može ju dobiti ukoliko ponudi višu cijenu uz druge uvjete nepromijenjene.

Pojam ponude podrazumijeva ukupnost krivulje ili skale ponude, odnosno ukupnost odnosa među cijenama dobara i mogućih količina tog dobra koje će se nuditi u prodaji. Ponuda se odnosi na ponuđene količine uz svaki moguću cijenu, a ne odnosi se na pojedinačnu prodaju po pojedinoj cijeni. Ukoliko je stvarna cijena krušaka na pojedinom tržištu 6 kuna po kilogramu, a stvarna količina koja je ponuđena iznosi 50 tisuća kilograma, tada ponuda krušaka na navedenom tržištu nije 50 tisuća kilograma već ona obuhvaća i sve količine koje bi na tržištu bile ponuđene uz niže i više cijene od one trenutne, odnosno stvarne. (Karić, 2009: 93)

Prema zakonu ponude, ukoliko je cijena nekog dobra viša, ceteris paribus, količina tog proizvoda koja se nudi na tržištu bit će veća, također i obrnuto. I individualna i tržišna ponuda podvrgnute su zakonu ponude. "Dakle, i krivulja individualne i tržišne ponude registrirat će ovaj zakoniti, upravno razmjerni, odnos između cijene dobra i njegove ponuđene količine. O krivulji ponude moguće je razmišljati kao o krivulji koja pokazuje minimalne cijene nekog dobra koje provociraju određene ponuđene količine." (Ferenčak, 2003: 23-25)

Zbog djelovanja zakona ponude, krivulja ponude je rastućeg oblika ili pozitivnog nagiba. Iznimno je moguće da dođe do opadajućeg dijela krivulje nakon njenog rastućeg dijela, tada je to unatrag povijena krivulja ili regresivna krivulja ponude.

Cijena drugih dobara može utjecati na ponudu. Kada se gleda proizvodnja, nalaze se komplementi i supstituti. Također, broj ponuđača koji se nalaze na tržištu može utjecati na ponudu pojedinog dobra tako što se njegova ponuda povećava povećavanjem broja ponuđača, ceteris paribus. Ponuda se može povećati i ukoliko padne cijena čimbenika koji se koriste u proizvodnji jer će tako proizvođači moći smanjiti troškove koje imaju prilikom proizvodnje. Nova tehnologija također ima jednaki utjecaj. Očekivana promjena cijene dobra utječe na to koliko su proizvođači spremni proizvoditi. Cijena pojedinog dobra diktira kolika će količina istoga biti ponuđena na tržištu, a necjenovne odrednice i promjene istih utječu na to da se ponuda mijenja – smanjuje ili povećava. (Ferenčak, 2003: 23-25)



Slika 2: Ne cjenovne odrednice ponude

Izvor: Ferenčak, 2003: 26

Tržište predstavlja ekonomski prostor na kojem se pojedina ekonomska dobra uz jedinstvenu cijenu koja je ugovorena nude i potražuju. Osnovne su odrednice tržišta nabava, proizvodnja, dobro, potrebe, propaganda, prodaja te konkurencija.

Nekoliko je funkcija tržišta (Lipovec, Kozina, 2013: 209):

- selektivna,
- alokacijska,
- informativna,
- distribucijska.

Selektivna funkcija dolazi od ideje da tržište kroz proces konkurencije selektira gospodarske subjekte. Za istu se vrstu proizvoda na tržištu formira jedinstvena cijena po kojoj svoje proizvode prodaju svi prodavači. Prodavači koji prilikom proizvodnje ostvaruju niže troškove ujedno ostvaruju i veću zaradu, a proizvođači koji nisu efikasni nisu u mogućnosti podmiriti svoje troškove temeljem tržišne cijene već ostvaruju gubitak u poslovanju zbog čega kad-tad napuštaju djelatnost kojom se bave. Stoga, kako bi ostvarili ciljeve koje imaju, odnosno maksimizirali profit, proizvođači moraju prilagođavati svoju djelatnost kriterijima i zahtjevima tržišta tako da se konstantno usavršavaju, prate promjene i po potrebi svoju proizvodnju preorijentiraju.

Alokacijska funkcija dolazi od ideje kako tržište pruža mogućnost za razmještanje gospodarskih resursa na određene gospodarske aktivnosti gdje se stvaraju usluge i proizvodi koji su neophodni. Temeljem kretanje cijena proizvoda u određenim djelatnostima, proizvođači svoje resurse povlače iz djelatnosti čija je perspektiva loša te ih ulažu u one djelatnosti koje im mogu donijeti veću zaradu. Ponuda i potražnja mijenjaju se kako cijene rastu ili padaju, a sve kako bi ostvarile ravnotežu.

Informativna funkcija temelji se na ideji da tržište o stanju potražnje i ponude za pojedinom uslugom i dobrom prima jednu opću informaciju, a ona je tržišna cijena. Temeljem kretanja tržišne cijene, gospodarski se subjekt može informirati o tome kakvo je stanje potražnje i ponude pojedinog tržišta i tako utvrditi u odnosu na cijenu gdje je njegovo mjesto.

Distributivna funkcija temelji se na ideji da se određivanjem cijena čimbenika proizvodnje ostvaruje tržište te se tako utječe na stvaranje primarne raspodjele društvenog proizvoda temeljem kojih proizvođači ostvaruju dohodak i raspoređuju vrijednosti koje su ostvarili. (Lipovec, Kozina, 2013: 209)



## 2.4. Oblikovanje ponude

Razmjena dobara je osnovni oblik na koji se povezuju neovisni proizvođači u robnoj proizvodnji i njihova uključenost u društveni proces proizvodnje. Trgovina se svodi na to da se kupuju i prodaju pojedine vrste dobara odnosno o pojedinim odnosima između potražnje i ponude. Kako bi se objasnile brojne promjene koje nastaju u ekonomskom okruženju, ekonomija ima vrlo učinkovit alat.

Krivulja ponude uz krivulju potražnje čini zakon ponude i potražnje koji govori kako se cijena na pojedinom tržištu formira na način da se ponuda i potražnja izjednače. (Benić, 2001: 68)

Za svaku vrstu dobra, količine ponude i potražnje predstavljaju vrlo važnu ulogu kada je riječ o formiranju cijena. Cijena je niža ukoliko je ponuda pojedinog dobra veća od potražnje za istim, a veća je ukoliko je potražnja za proizvodom veća od ponude tog proizvoda na tržištu.

Zaostajanje u poljoprivredi objašnjava se analizom potražnje i ponude. U poljoprivredi je napredak bio vrlo velik i tako je doveo do porasta ponude, no položaj u poljoprivredi nije se poboljšao zbog toga što je potražnja neelastična i navedeno je dovelo do nižih cijena proizvoda u poljoprivredi te tako i nižih prihoda. Slična se analiza prikazuje i na porezno opterećenje. O relativnoj elastičnosti potražnje i ponude ovisi koliki će porez biti prebačen na potrošače.

Cijena predstavlja važan čimbenik tržišta. Sve na tržištu ima svoju cijenu, a ona predstavlja vrijednost pojedinog dobra koja je izražena u novcu. Ponuda i potražnja predstavljaju dominantne čimbenike u politici cijena. Odluke koje donose potrošači i proizvođači koordinirane su cijenama. (Baban, 1991: 282)

Računski postupak kojim se formira cijena usluga i proizvoda je kalkulacija. U kalkulaciju ulaze nabavne cijene, cijene korištenja te prodajne cijene. Nabavna je cijena jedinična cijena po kojoj se usluge i robe kupuju, a čini ju cijena dobavljača koja se uvećava za ovisne trškove nabave poput prijevoza, montaže i slično. Prodajna cijena je cijena koja se dobije na način da se nabavna cijena uveća za maržu. (Benić, 2012: 122).

Kalkulacijom se želi doći do podatka o tome jesu li se cijenom pokrili u cijelosti elementi koji su potrošeni prilikom radnog procesa. Svojstva i svrhe kalkulacije s obzirom na njenu namjenu jesu (Belak i suradnici, 2009: 44):"

1. Kontrola proizvodnje i poslovanja,
2. Izračunavanje (određivanje) cijena,
3. Podloga za poslovnu politiku poduzetnika,
4. Izračunavanje internih obračunskih cijena,
5. Podloga za uspoređivanje postupaka i troškova pojedinih mjesta troškova,
6. Izračunavanje vrijednosti kod inventure i za bilancu,
7. Određivanje vrijednosti kod nadoknade štete i dr."

Kalkulacija bi se trebala temeljiti na pojedinim pravilima kako bi ista uspješno ispunila svoju svrhu (Grubišić, 2013: 122):

- Pravilo ažurnosti –kalkulacija treba biti izrađena na vrijeme da bi se poslovne odluke donijele pravodobno;
- Pravilo točnosti – potrebno je utvrditi potpune i točne troškove za sve količine učinaka;
- Pravilo potpunosti – obuhvaća sve troškove koji uzrokuju izradu učinaka;
- Pravilo preglednosti – sadržaj mora biti lako uočljiv;
- Pravilo dokumentiranosti – svaki trošak mora imati pisani dokument;
- Pravilo diferenciranja – troškovi se razvrstavaju prema nositeljima, mjestima i vrstama;
- Pravilo ekonomičnosti – izrada kalkulacije ne smije biti više koštati nego vrijednosti koje ostvaruje;
- Pravilo usporedivosti – treba se ostvariti mogućnost usporedbe s prijašnjim i budućim kalkulacijama.

Kalkulacija je vrlo važna za kontrolu poslovanja i proizvodnje, pogotovo kada se radi o masovnoj proizvodnji. Također, važan je temelj kako bi se analizirala rentabilnost proizvodnje određenih učinaka, za analizu politike cijena, politike proizvodnje te proizvodnosti i ekonomičnosti svih proizvodnih mjesta.

Prema djelatnosti se elementi kalkulacije razlikuju – u uslužnim djelatnostima, prodaji i proizvodnji. Prema cijeni koja se izračunava razlikuju se elementi kalkulacije nabavne cijene, cijene koštanja i prodajne cijene. (Grubišić, 2013: 222).

Poduzeće prilikom izrade kalkulacije koristi interne kalkulacije koje su za proizvodnju određenog proizvoda specifične. Za svaki trošak koji je nastao mora postojati dokument na temelju kojeg se kalkulacija izrađuje. Kalkulacija obuhvaća sve troškove koji su razvrstani prema nositeljima, mjestu i vrstama te trebaju biti usklađeni s tehnološkim procesom i točni.

Kalkulacija se razlikuje u uslužnoj, trgovačkoj i proizvodnoj djelatnosti. Kada se kalkulacija definira prema vrsti, vrijeme je najvažniji kriterij; prema tome se razlikuju (Grubišić, 2013: 223):

1. Naknadna kalkulacija
2. Prethodna kalkulacija,
3. Među kalkulacija.

Naknadna se kalkulacija koristi nakon što se proizvodnja završi te pokazuje koliko stvarno košta proizvod. Navedena se kalkulacija računa stvarnim podacima koji su dostavljeni o troškovima koji su nastali uz pojedini proizvod. Kalkulacijom se utvrđuje je li se od proizvodnog procesa pojedinog proizvoda ostvaruje dobitak ili gubitak poduzeća.

Prethodna se kalkulacija upotrebljava u procesu proizvodnje da bi se utvrdila cijena izrade proizvoda. Navedena se kalkulacija izrađuje prije nego što se počnu izrađivati učinci te se sastoji od sredstava za rad i utrošaka predmeta rada. Moguće ju je izraditi za jedan ili za više gotovih proizvoda. Izrađuje se da bi se utvrdila cijena proizvoda prije nego što ga se počne izrađivati kako bi se utvrdilo je li isplativa proizvodnja određenog proizvoda.

U slučaju kada za proizvodnju pojedinog proizvoda treba puno vremena, koristi se među kalkulacija. Navedena se kalkulacija upotrebljava tijekom proizvodnje kako bi se kontrolirali nastali troškovi i usporedili s troškovima koji su planirani. Kod ove se kalkulacije ne čeka da proizvodnja završi, već se privremena obračunska kalkulacija izrađuje nakon svake proizvodne faze kako bi činila osnovicu za ispostavljanje računa za posao koji je do tada obavljen. (Grubišić, 2013: 223)

Metode kalkulacije se svrstavaju u sljedeće tri osnovne skupine (Grubišić, 2013: 224):

1. Kalkulacija cijene proizvodnje,
2. Kalkulacije dopunskog troška,
3. Kalkulacije cijene koštanja.

Kalkulacija cijene proizvodnje temelji se na pretpostavki da proizvodanja pojedine količine učinaka ima utjecaj samo na relativno fiksne te varijabilne troškove poduzeća. Navedena kalkulacija obračunava troškove koji proizlaze iz proizvodnje učinaka, dok se za apsolutno fiksne troškove tereti prihod poduzeća.

Kalkulacija dopunskog troška pomaže da poduzeće donese poslovne odluke koje su pravilne i da tako provodi politiku diferenciranih cijena. Važnost ove kalkulacije ističe se u tome da se troškovima proizvodnje optereti postojeća proizvodnja, dok se dodatna proizvodnja opterećuje samo onim troškovima koji iz nje proizlaze.

Kalkulacijom cijene koštanja se utvrđuje prosječni trošak koji je ujedno i prosječna cijena proizvoda. Tu se razlikuju djelidbene i dodatne kalkulacije. Dodatne se kalkulacije koriste kod poduzeća koja proizvode 2 ili više različitih proizvoda, a djelidbene kod onih poduzeća koja proizvode jedan proizvod ili nekoliko različitih vrsta proizvoda koji su srodni. Kod dodatne se kalkulacije troškovi razvrstavaju na opće i neposredne zbog toga što se proizvodi nekoliko proizvoda. (Grubišić, 2013: 227)

### 3. Elastičnost ponude

Kao što je već rečeno, kada poraste cijena proizvoda konkurencije, raste i količina koja se nudi. također, vrlo je bitno znati koliko će ta količina rasti kada se poveća cijena. Veća cijena uzrokuje i veliko povećanje količine koja je ponuđena, a vrlo velika povećavanja cijene neće dovesti do značajnih promjena u količinama koje su ponuđene. Cjenovna elastičnost ponude je intenzitet kojim količina dobra koje je ponuđeno reagira na promjenu cijene navedenog dobra. Radi se o stupnju prilagodbe količine usluga i dobara novim cijenama. Razina elastičnosti prikazuje se koeficijentom elastičnosti koji se dobiva na način da se dijeli postotak promjene cijene s postotkom promjene cijene navedenog dobra. Promjene cijene i ponuđene količine uvijek su istosmjerne zbog čega je koeficijent elastičnosti pozitivnog predznaka. (Karić, 2009: 98)

Ponuda može imati različite razine cjenovne elastičnosti, a one su (Karić, 2009: 98):

- jedinično elastična ponuda,
- elastična ponuda,
- neelastična ponuda.

Ponuda je elastičnija što su veće mogućnosti povećanja proizvodnje, ali ponuda će biti neelastična ukoliko su ograničene mogućnosti za povećanje proizvodnje. Cjenovna elastičnost ponude prikazuje omjer cijene i ponude na tržištu. Ponuda je elastična ukoliko je promjena cijene proporcionalna promjeni količine ponude. Ponuda nije elastična ukoliko se cijena poveća, a ponuda se ne promijeni. (Baban, 1991: 286)

Potražnja i ponuda izravno su ovisne, odnosno jedna bez druge ne bi postojale. Ponuda bi bila uzaludna kada ne bi bilo potražnje za proizvodom jer tada ne bi bilo nikoga tko bi koristio navedene proizvode.

U određenom vremenskom periodu, ponudom neke robe misli se na pojedinu količinu proizvoda koju su proizvođači spremni na tržište isporučiti po pojedinim cijenama. Što znači da ponuda predstavlja spremnost proizvođača da po različitim cijenama navedenog dobra, tj. pokazuje po svakoj mogućoj cijeni koja se količina robe može kupiti u pojedinom periodu na pojedinom tržištu. (Benić, 2012: 129)

Djelovanjem ponude i potražnje funkcionira tržišni mehanizam. Suprotno ponašanje ponuđača i kupaca posljedica je promjena cijene. Kada su prodavatelji i kupci zadovoljni s količinama koje su ponuđene na tržištu po pojedinoj cijeni, tada se tržište nalazi u ravnoteži. U toj situaciji je količina koju prodavači žele prodati jednaka količini koju kupci žele kupiti. Ravnotežna cijena i ravnotežna količina teže k tome da ostanu iste sve dok se ne promijene ostale čimbenici. Važno je razlikovati ta dva pojma – ravnotežna cijena je ona pri kojoj se tržište nalazi u ravnoteži te se njom tržište "čisti"; ravnotežna količina ona je koja se kupuje i prodaje uz ravnotežnu cijenu, tj. onda kada se tržište nalazi u ravnoteži. (Štavlić, 2019: 52)

Promjene potražnje i ponude na tržištima konkurencije utječu na određivanje ravnotežne količine i ravnotežne cijene. Vlasnici proizvodnih čimbenika ostvaruju dohotke u sljedećim oblicima: rente, kamate, ekonomske dobiti i plaće. Pokretljivost pojedinih resursa utječe na učinke dinamike potražnje i ponude.

Prirodni resursi predstavljaju slobodna dobra koja se nalaze u prirodi te se koriste u stvaranju outputa. Sa stajališta smještaja, pokretljivost prirodnih resursa je mala, dok je sa stajalište prenamjene zemljišta velika. Zemlja predstavlja resurs koji je fizički najmanje pokretljiv. Na tržištu zemlje ponuda je neelastična te zakupnina i cijena zemlje ovise o potražnji. (Štavlić, 2019: 56)

Zakovitosti potražnje i ponuda vrijede na tržištu rada. Na jednoj strani se nalaze ponuđači rada, odnosno radne snage, a na drugoj potraživači za radom. Rastom cijene rada, smanjuje se količina rada koja se potražuje, a smanjenjem cijene rada količina koja se potražuje je veća. Elastičnost ponude smanjuje povećanjem stručnosti koja je potrebna za rad, pogotovo kada je riječ o kratkom vremenskom periodu. (Štavlić, 2019: 59)

Sastavni dio financijskog tržišta jesu tržište novca i tržište kapitala. Na tržištu kapitala se posluje s dugoročnim kreditima i dugoročnim vrijednosnim papirima, dok se na tržištu novca posluje kratkoročnim kreditima, kratkoročnim vrijednosnicama, stranim valutama i zlatom. Na navedenim tržištima na strani potražnje nalaze se zajmoprimci, a na strani ponude zajmodavci. Kamatnom se stopom izražava cijena kapitala. (Štavlić, 2019: 59-60)

Različiti čimbenici mogu utjecati na promjenu elastičnosti ponude. Glavni od njih je vrijeme koje je proizvođaču potrebno da da odgovor na pojedinu promjenu cijene. Osim navedenog, važni čimbenici su i mogućnost zamjene proizvoda, razina padajućih prinosa, tendencija kretanja cijena proizvoda i elastičnost ponude resursa.

Još jedan od ključnih čimbenika elastičnosti ponude je vrijeme. Elastičnost ponude teži ka povećanju tijekom proteka vremena. Ukoliko se prva poveća cijena proizvoda, može biti nemoguće da se ponudena količina poveća u kratkom vremenu, a isto je jednostavno u dužem razdoblju. Moguće je da ponuda bude savršeno neelastična, ukoliko je potrebna prilagodba u kratkom roku. Uz pretpostavku da postoji više vremena na raspolaganju, proizvođači mogu odgovoriti na povećanje cijene povećanjem ponuđene količine.

Na elastičnost ponude utječe razina padajućih prinosa tako što na višim razinama uporabe promjenjivih resursa u proizvodnji sve sporije rastu dodani prinosi. U mikroekonomiji ta je situacija poznata kao djelovanje zakona padajućih prinosa.

"U takvim uvjetima proizvođač je na visokim razinama korištenja proizvodnih resursa sve manje spreman reagirati na promjene cijene na tržištu. Kada cijene proizvoda rastu izjednačavaju se sa sve višim dodatnim troškovima po jedinici dodatne proizvodnje (graničnim troškovima), te uz ostale nepromijenjene uvjete, krivulja ponude tipičnog poduzeća postaje sve manje elastičnom." (Karić, 2009: 100-101)

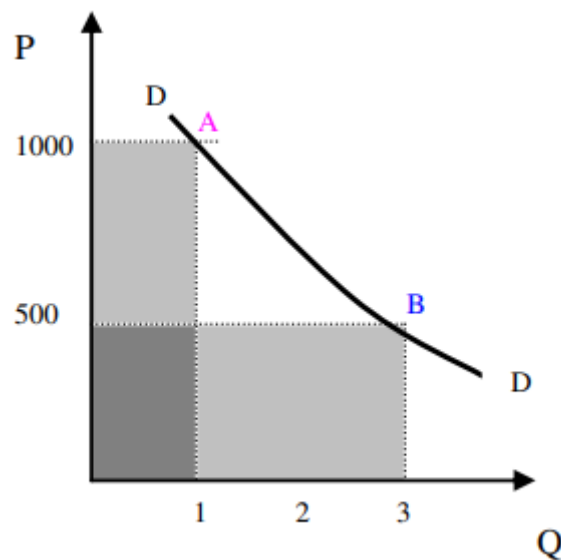
Bitan čimbenik elastičnosti ponude je mogućnost zamjene proizvoda u proizvodnom procesu. Pri izboru najpovoljnijeg programa proizvodnje u poduzeću, veliku važnost ima promjena cijena različitih proizvoda. Elastičnost ponude ovisi i o mogućnosti prijelaza s jednog proizvoda na drugi proizvod koji također u svojoj proizvodnji koriste slični resursi.

Na elastičnost ponude usluga i proizvoda utječe elastičnost ponude. Promjena resursa koji su potrebni u proizvodnji pojedinog proizvoda utječe na promjenu proizvodnje. U kratkom roku su bitni resursi teško promjenjivi ili stalni ponuda će takvog proizvoda biti neelastična. Na primjer, u poljoprivredi je vrlo teško u kratko vrijeme kupiti zemljište koje će biti kvalitetno i odgovarati pojedinoj proizvodnji, dok suvremena tehnologija umanjuje važnost njegove kvalitete, u usporedbi s resursima kapitala i rada, ponuda postaje sve više elastična ukoliko je i ponuda ostalih resursa elastičnija u usporedbi s ponudom zemljišta.

Na elastičnost ponude utječe i sklonost kretanja cijena proizvoda. Elastičnost ponude velikog broja proizvoda je prema istraživanjima u kratkom roku mala, a u dugom roku razmjerno velika. Također, ukupna ponuda može biti znatno elastičnija u kratkom roku kada cijene proizvoda rastu, a i obrnuto – manje elastična kada cijene proizvoda padaju. Proizvođači su spremni povećati ponudu kada cijene rastu, te su tako isto spremni smanjiti ponudu proizvoda onda kada cijene padaju. (Karić, 2009: 100-101)

### 3.1. Relativno elastična ponuda

"Elastična ponuda ima koeficijent veći od 1,0 (na primjer, za trajna dobra koeficijent elastičnosti je procijenjen na 1,1). Ponuda je savršeno elastična ako je koeficijent elastičnosti beskonačan ( $\infty$ ), a razmjerno elastična ako mu je vrijednost između 1 i  $\infty$ ." (Karić, 2009: str. 98)



Slika 3: Krivulja elastične ponude

Izvor:

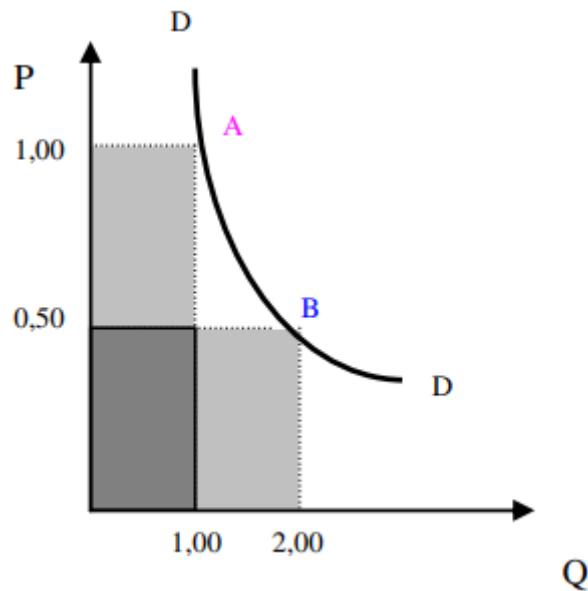
<http://rgn.hr/~dkarasal/NIDS/EKONOMIKA%20NAFTNOG%20RUDARSTVA/Ekonomika-3.pdf>

Kada je razmjerno elastična ponuda dolazi do razmjerno velikog povećanja količine koja se nudi ukoliko se razmjerno malo poveća cijena.



### 3.2. Jedinično elastična ponuda

Koeficijent jedinično elastične ponude jednak je 1.



Slika 4: Krivulja jedinično elastične ponude

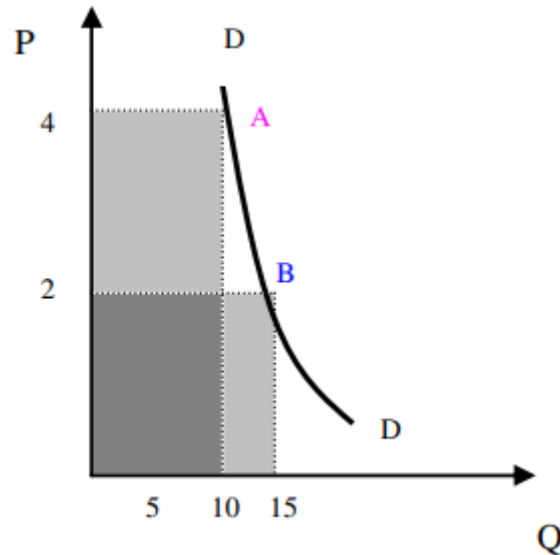
Izvor:

<http://rgn.hr/~dkarasal/NIDS/EKONOMIKA%20NAFTNOG%20RUDARSTVA/Ekonomika-3.pdf>

Krivulja koja prikazuje jediničnu ponudu polazi iz ishodišta i pokazuje kako se promjena količine pojedinog dobra koja je ponuđena redovno događa u jednakom postotku u kojemu se cijena toga dobra mijenja. (Karić, 2009: str. 98)

### 3.3. Relativno neelastična ponuda

"Neelastična ponuda ima koeficijent manji od 1,0 (za hranu je koeficijent elastičnosti procijenjen na 0,4). Ponuda je savršeno neelastična ako je koeficijent elastičnosti jednak nuli (0), a razmjerno neelastična ako mu je vrijednost između 0 i 1."



Slika 5: Krivulja neelastične ponude

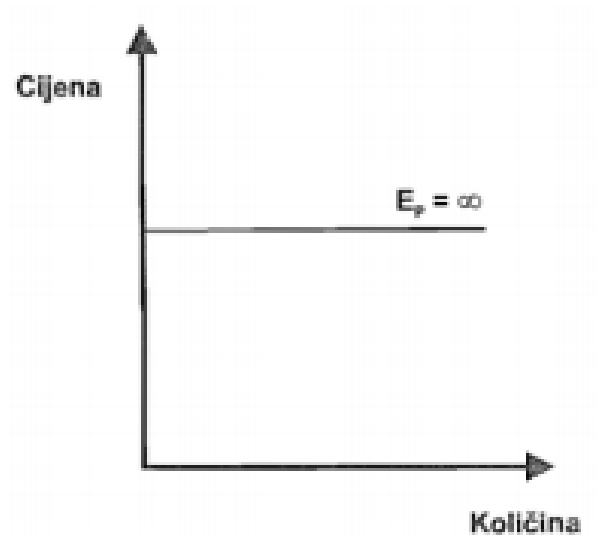
Izvor:

<http://rgn.hr/~dkarasal/NIDS/EKONOMIKA%20NAFTNOG%20RUDARSTVA/Ekonomika-3.pdf>

Razmjerno veliko povećanje cijene u uvjetima razmjerno neelastične ponude utječe na razmjerno malo povećanje količine koja je ponuđena. (Štavlić, 2019: 49-50)

### 3.4. Posebni slučajevi elastičnosti

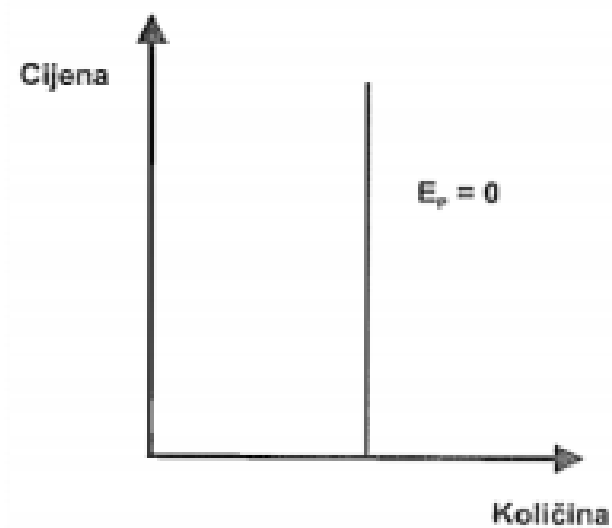
"Ukoliko postoji cijena ispod koje proizvođač nije spreman ništa ponuditi i cijena po kojoj je proizvođač spreman ponuditi bilo koju zahtijevanu količinu, ponuda je savršeno elastična a  $E_p = \infty$ . Krivulja savršeno elastične ponude je vodoravni pravac što znači da mali pad cijene dovodi ponuđenu količinu na nulu, a mali je rast cijene izuzetno povećava." (Ferenčak, 2003: 47)



Slika 6: Krivulja savršeno elastične ponude

Izvor: : Ferencak, 2003: 48

Kada je koeficijent elastičnosti ponude jednak nuli radi se o savršeno neelastičnoj ponudi čija je krivulja okomiti pravac. (Ferencak, 2003: 48)



Slika 7: Krivulja savršeno neelastične ponude

Izvor: : Ferencak, 2003: 49

#### 4. Analiza važnosti ponude za gospodarstvo države

Gospodarstvo pojedine zemlje obuhvaća razmjenu, proizvodnju i potrošnju. Tako su intervencije države neizostavni dio monetarne politike koji brinu o očuvanju ekonomskih kretanja u državi i očuvanju stabilnosti. Kalkulacijama koje su navedene se obuhvaćaju troškovi prema mjestu i vrstama i raspoređuju se na učinke. Stoga će se u ovom dijelu rada analizirati važnost ponude za gospodarstvo države.

"U svijetu suvremene kritike ekonomskog neoliberalizma, ponovno postaje aktualna ideja o povećanoj odgovornosti države na nacionalnoj i međunarodnoj razini, u cilju općih i dugoročnih interesa, ali čuvajući slobodu i inicijativu pojedinaca, autonomnost i poduzetnost gospodarskih subjekata i autoregulativni mehanizam tržišta u najvećoj mogućoj mjeri." (Mesarić, 2001: 985)

Monetarna politika obuhvaća skup akcija kojima se dolazi do ostvarenja željenog cilja. Strategija je vrlo bitna za Europsku središnju banku. Najprije označava preciziranje ciljeva koji se žele ostvariti, a zatim informacije koje su potrebne za analiziranje, način analize i odabiranje instrumenata da bi se stvorio temelj za donošenje odluka monetarne politike kojima će se doći do željenog cilja. Strategija monetarne politike uređuje i na koji će se način komunicirati s tržištem čime se ojačava i osnažuje njena učinkovitost. (Benić, 2014: 12)

Inflacija dovodi i do brojnih socijalnih i ekonomskih promjena u gospodarstvu koje nisu poželjne. Iz tog razloga je jedan od glavnih ciljeva ekonomske politike upravo obuzdavanje inflacije. Prilikom obuzdavanja inflacije, središnja banka i monetarna politika imaju važnu ulogu (središnja je banka ujedno i nositelj monetarne politike).

U posljednjih dvadeset godina odvile su se značajne rasprave o tome na koji način bi središnje banke trebale obavljati svoj posao, a da istovremeno osiguraju dugoročnu stabilnost cijena koja je glavni cilj monetarne politike, a da kratkoročno pomognu stabilizirati ciklička kretanja finalnog proizvoda. Međutim, postoje i problemi o kojima monetarne politike moraju brinuti, kao što su: "vremenska konzistentnost prema kojoj prošle, sadašnje i buduće akcije na području monetarne politike moraju biti na jedinstvenoj liniji, te sklonost nositelja ekonomske politike prema inflaciji kako bi se povećala agregatna potražnja i output." (Benić, 2014: 234)

Posljedica navedenoga je to što se promijenio način djelovanja središnjih banaka. U monetarnoj se politici pojavio novi obrazac koji uključuje transparentnost i neovisnost središnje banke.

Glavno je obilježje moderne monetarne politike upravo transparentnost jer su središnje banke u posljednja dva desetljeća povećale količinu informacija dostupnih javnosti koje su ujedno vrlo važne u kreiranju politike ekonomije. Količina objavljenih makroekonomskih objašnjenja i predviđanja došla je do velikog porasta u području monetarne politike. (Benić, 2014: 234)

Danas je ekonomija nezamisliva bez međusobnog djelovanja države i tržišta. Sve države utječu na državnu ekonomiju izravno ili neizravno te tako istovremeno utječu i na raspodjelu dobara, razinu proizvodnje, potrošnju i razmjenu. (Ivančević, Perc, 2017: 81-82)

Da bi gospodarstvo države bilo uspješno, država ga mora nadgledati kako bi njime mogla upravljati efikasno i time izbjeći efekte koji negativno utječu kao što je smanjenje dohotka, visoka stopa nezaposlenosti, i dr. Osnovne se funkcije države odnose na sljedeće (Ivančević, Perc, 2017: 84):

1. Osiguranje efikasnosti
2. Utjecanje na povećanje, jednakost i raspodjelu dohotka
3. Održavanje makroekonomske stabilnosti te poticanje gospodarskog rasta.

Prilikom osiguravanja efikasnosti, država predstavlja tržišnog korektora. "Putem antimonopolskih zakona, poticanjem i stimulacijom proizvodnje javnih dobara za koje postoji nedovoljan interes na tržištu nastoji osigurati poticanje konkurentnosti i proizvodnje potrebitih javnih dobara za funkcioniranje društva." (Ivančević, Perc, 2017: 84)

Država prilikom raspodjele dohotka mora brinuti o utjecajima raspodjele tako što istu mora učiniti što pravednijom da bi se siromaštvo i društvena nejednakost izbjegli. Jedan od osnovnih zadataka države je makroekonomska stabilnost. Država fiskalnom i monetarnom politikom uklanja promjene u poslovnim ciklusima i time želi smanjiti nezaposlenost i inflaciju. (Ivančević, Perc, 2017: 84)

U suvremenom svijetu koji vrví od svakodnevnih promjena, vrlo je bitno podučavanje mladih u menadžerskim i poduzetničkim znanjima i vještinama kako bi mogli isprobati mogućnosti koje nudi tehnologija i moderna znanost.

Stoga će privatnici morati pronaći način da bogatstvo podijele sa svojim zaposlenicima jer ga upravo oni stvaraju svojim znanjem. Država intervenira kako bi sebe zaštitila i kako bi svim građanima pružila korist koju donosi ekonomski napredak. Uloga države vrlo je važna u društvenom i gospodarskom području jer je jačanje znanstvene osnove preduvjet kako bi nacionalno gospodarstvo bilo konkurentno na međunarodnom području. (Mesarić, 2001: 1017)

## 5. Zaključak

U ovom radu obrađena je tema ponude, njezina analiza i oblikovanja, te razvoj gospodarstva države i njezina uloga u svemu. S obzirom da je ponuda usko vezana za potražnju, točnije ne postoje jedna bez druge, važno za naglasiti je kako je potrebno poznavanje proizvođača na različite uvijete i njegova spremnost na poduzimanje potrebnog kako bi ta ponuda bila ostvarena i dovedena do konačnog cilja, a to je tržište. Veliku ulogu za samo tržište ima cijena. Ali, pored cijene, postoje drugi elementi koji su važni za ponudu, poput tehnologije, cijene drugih proizvoda, poticaja i pristojbi...

Proizvođači su spremni ponuditi veće količine kada je cijena viša, a manje kada je cijena niža, uvijek kada se bave određenom djelatnošću radi ostvarivanja dobitka. Proizvođači nastoje povećati proizvodnju dobra čija cijena raste, a smanjiti proizvodnju drugih dobara kojima cijena ostaje nepromijenjena ili čak pada. Proces trgovine svodi se na kupovinu i prodaju iza određenih odnosa ponude i potražnje određenih vrsta dobara.

Koncept funkcije države u gospodarskom razvoju pojedine zemlje potrebno je prilagoditi njenim posebnostima. Među zemljama stvarnosti su različite. Nije logično na različite stvarnosti primjenjivati isti koncept rješenja, što ukazuje na potrebu razvoja vlastitog viđenja uloge države u društvenom i gospodarskom životu. Današnja država je, veliki, složeni sustav od mnoštva podsustava, koji imaju svoje zakonitosti ponašanja i reagiranja na različita događanja i različite mjere. Potiskivanje hrvatske ekonomske znanosti dovelo je, također do poistovjećivanja makroekonomije i mikroekonomije, odnosno, do poistovjećivanja poslovne politike (poduzeća) i ekonomske politike (države).

Za svaku državu gospodarska politika je jedna od najvažnijih čimbenika u samom funkcioniranju pa tako i za Republiku Hrvatsku. Najčešća intervencija od strane države je u proizvodnim procesima, naročito u poljoprivrednom sektoru.

## Literatura

### KNJIGE:

1. Baban, Lj., (1991) „Tržište“, Školska knjiga, Zagreb
2. Belak, V., et al. (2009) „Računovodstvo proizvodnje: II dopunsko izdanje“, RRiF plus, Zagreb
3. Benić, Đ., (2001) „Osnove ekonomije“, Školska knjiga, Zagreb
4. Benić, Đ., (2012) „Mikroekonomija: menadžerski pristup“, Školska knjiga, Zagreb
5. Benić, Đ., (2014) „Monetarna politika: transparentnost središnje banke i ciljana inflacija“, Ekonomska misao i praksa, Zagreb
6. Ferenčak, I., (2003) „Počela ekonomike“, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
7. Grubišić, D., (2013.) „Poslovna ekonomija - Treće izdanje“, Sveučilište u Splitu
8. Ivančević, T., Perc, K., (2017) „Osnove ekonomije“, Visoka poslovna škola Zagreb
9. Karić, M., (2009) „Mikroekonomika“, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
10. Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I., (2006.) „Mikroekonomija“, Ekonomski fakultet, Split,
11. Štavlić, K., (2019) „Osnove mikroekonomije“, Veleučilište u Požegi

### IZVORNI ZNANSTVENI RAD:

1. Mesarić, M., (2001) „Uloga države u tržišnom gospodarstvu s osvrtom na aktualno stanje u Hrvatskoj“, Ekonomski institut, Zagreb, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/28769> (preuzeto 01.06.2021. g.)

### STRUČNI ČLANAK

1. Lipovec, N., Kozina, G., (2013) „Ekonomska analiza i ocjena zakonitosti ponude i potražnje“, Tehnički glasnik 7, Varaždin, dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/tj\\_7\\_2013\\_2\\_206\\_212.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/tj_7_2013_2_206_212.pdf) (preuzeto 04.06.2021.)



Popis slika:

Slika 1: Promjena ponude

Slika 2: Ne cjenovne odrednice ponude

Slika 3: Krivulja elastične ponude

Slika 4: Krivulja jedinično elastične ponude

Slika 5: Krivulja neelastične ponude

Slika 6: Krivulja savršeno elastične ponude

Slika 7: Krivulja savršeno neelastične ponude