

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Efekt snoba". Rad ima 11 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET „VITEZ“ TRAVNIK

FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE

EFEKT SNOBA NA PROIZVOD "X"

SEMINARSKI RAD

Predmet: Mikroekonomija

SADRŽAJ:

1.UVOD	3
2.MREŽNE EKSTERNALIJE	4
2.1.Pozitivne mrežne eksternalije	4
2.2.Negativne mrežne eksternalije	6
3.EFEKT SNOBA	6
3.1. Efekt snoba (Motocikl Suzuki)	8
4.ZAKLJUČAK	10
LITERATURA	11

1.UVOD

Faktori koji određuju potražnju neke osobe za nekim proizvodom su različiti i mnogobrojni, a osnovni su: cijena tog nekog proizvoda, primanja odnosno lični dohodak potrošača, sklonostima i potrebama potrošača za proizvodom X, pa čak i od cijene supstituta tog proizvoda. Najčešće se potražnja neke osobe za nekim proizvodom povećava kada mu je cijebna pristupačna, odnosno snižena, pa ćemo i sami čekati neka sniženja npr. pred praznike da bismo kupili neki odjevni predmet po znatno nižoj cijeni nego što je bila u početku. Ukoliko nam se primanja, odnosno naš lični dohodak poveća, i potrebe i prohtjevi će nam se povećati, pa ćemo onda manje razmišljati o tome da li ćemo sebi nešto što želimo kupiti odmah ili ćemo čekati da nađemo to isto negdje gdje je jeftinije, ili ćemo čekati sniženja. Zatim, što su veće potrebe potrošača za nekim proizvodom, potražnja za tim proizvodom će rasti. Još jedan, ali ništa manje vrijedan faktor koji određuje potražnju neke osobe za nekim proizvodom jeste cijena supstituta tog proizvoda. Svi mi ćemo prije kupiti neki proizvod koji nam je potreban po manjoj cijeni ako ćemo imati iste koristi i kavlitet od tog proizvoda. Ovi faktori najčešće određuju potražnju potrošača za nekim proizvodom, ali to nije i ne mora biti strogo pravilo. Postoje izuzetci, a oni su zastupljeni kod ekskluzivnih dobara, odnosno kod brendiranih stvari, umjetnina i rijetkih stvari. To su pojave gdje potražnja potrošača za nekim proizvodom

ovisi od potražnje drugih ljudi za tim proizvodom, i takva pojave se nazivaju mrežne eksternalije. Mrežne eksternalije mogu biti pozitivne i negativne. Kroz ovaj rad će biti riječi o negativnoj mrežnoj eksternaliji i to „Efekat snoba“, ali da bismo bolje razumjeli o čemu se radi na početku rada će biti dat kratki osvrt općenito o mrežnim eksternalijama.

Hipoteza 1: Potražnja potrošača za nekim dobrom ovisi od potražnje drugih ljudi za tim dobrom

Hipoteza 2: Potražnja potrošača za nekim dobrom opada ukoliko ga više ljudi posjeduje

2.MREŽNE EKSTERNALIJE

Eksternalije su vanjski ili dodatni učinci: ona nastaje kada se osoba angažuje u aktivnosti koja utiče na blagostanje druge osobe, pri čemu niti plaća niti dobiva ikakvu naknadu za taj učinak.

Već je u uvodu rečeno da potražnja potrošača za nekim proizvodom ovisi od cijene tog proizvoda, sklonosti i potrebama potrošača za tim proizvodom, ličnog dohotka potrošača i njihove kupovne moći, te cijene supstituta tog proizvoda. I to su osnovne pretpostavke potražnje za nekim proizvodom. Međutim, to nije strogo pravilo kada je u pitanju potražnja za nekim dobrom, posebno kad se radi o ekskluzivnim dobrima, rijetkim stvarima, dragocjenostima, umjetninama itd.. U ovakvim slučajevima potražnja potrošača ovisi od potražnje drugih potrošača za tim dobrom, i ovdje se radi o mrežnim eksternalijama. Mrežna eksternalija može biti pozitivna i negativna. Pozitivna mrežna eksternalija je pojava kada potražnja neke osobe raste pod uticajem kupovine nekog proizvoda od strane drugih potrošača. Negativna mrežna eksternalija je suprotna pojava od pozitivne, u ovakvom slučaju količina potražnje neke osobe opada ukoliko više potrošača posjeduje taj neki proizvod.

...

**-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com