

SEMINARSKI RAD

PREDMET: MIKROEKONOMIJA

TEMA: OLIGOPOL I MONOPOLISTIČKA KONKURENCIJA

1. UVOD

Svako preduzeće koje može značajno uticati na tržišnu cenu svoje proizvodnje, klasifikuje se kao nesavršeni konkurent. Nesavršena konkurencija preovladava u industriji kada pojedinačni ponuđači imaju određeni nadzor nad cenom svog proizvoda. „Za razliku od učesnika savršene konkurencije koji donose odluku samo o visini proizvodnje, tzv. *price-taker*¹ učesnici ili *price-makeri* donose odluku i o visini cena.“²

Nesavršena konkurencija ne podrazumjeva da preduzeće ima apsolutni nadzor nad cenom svog proizvoda, već ono može odrediti cenu samo u razumnim okvirima. Osim toga, to podrazumjeva postojanje većeg ili manjeg broja proizvođača od kojih svaki mora posedovati određenu tržišnu moć, tj. sposobnost da variranjem outputa utiče na cenu proizvoda.

Savremena tehnologija omogućava proizvodnju velikih količina proizvoda pa preduzeća moraju smanjiti svoje prosečne troškove. U praksi to znači da će jedno ili nekoliko preduzeća povećati proizvodnju do tačke u kojoj će proizvoditi značajan dio ukupne industrijske proizvodnje. Ulazak novih konkurenata u takvu industriju prate ekstremno visoki troškovi i upravo iz tog razloga veća preduzeća imaju prednost, često i nedostižnu, pred manjim konkurentima.

Faktori koji se javljaju kao prepreka slobodnom ulasku na tržište mogu biti:

- zakonski (vlasništvo nad patentima, ulazna ograničenja davanjem koncesija za snabdevanje nekog područja, uvozna ograničenja)
- reklamiranje (izgradnja svesti o proizvodu i lojalnosti prema njemu, npr. Coca-Cola)
- diferencijacija proizvoda (proizvodnja širokog izbora proizvoda za široki raspon potrošača)

Postoji više oblika nesavršene konkurencije ali ih klasifikujemo i uglavnom svrstavamo kao:

- monopol (krajnji oblik nepotpune konkurencije kada jedno preduzeće ima potpunu kontrolu nad celim privrednim sektorom uz nedostatak konkurencije za robu ili usluge koje nudi, dakle, potpuna dominacija tržištem. Za čisti monopol, kao vrstu tržišne strukture, karakteristično je da postoji samo jedan prodavac/ponuđač, koji se suočava sa funkcijom tržišne tražnje. Bitna karakteristika monopola je da može potpuno odrediti cenu robe koju prodaje, bez obzira na količinu koju nudi. Monopol se smatra najprofitabilnijom tržišnom strukturom.)

¹ Tvrtka koja može promjeniti svoju mjeru proizvodnje i prodaje bez važnog utjecaja na tržišne cene svog proizvoda

² <http://www.tranexp.com:2000/Translate/result.shtml>

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

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI**, **DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com

-
-