

S A D R Ž A J

Preduzeća na konkurentnim tržištima.....	1
Značenje konkurencije.....	1
Prihod konkurentnog tržišta.....	2
Maksimizacija profita i kriva ponude konkurentnog preduzeća.....	3
Monopol.....	4
Zašto nastaju monopoli.....	5
Resursi monopola.....	5
Monopoli koje stvara država.....	5
Prirodni monopol.....	6
Monopol nasuprot konkurencije.....	7
Prihod monopolskog preduzeća.....	8
Maksimizacija profita.....	10
Javna politika prema monopolima.....	11
Povećanje konkurencije antimonopolskim zakonima.....	11
Regulacija.....	11
Javno vlasništvo.....	12
Ne učiniti ništa.....	13
Oligopol.....	13
Između monopola i savršene konkurencije.....	13
Tržišta sa nekoliko kupaca.....	14
Primeri duopola.....	14
Svetsko tržište nafte.....	15
Javna politika prema oligopolima.....	16
Ograničavanje trgovine i antimonopolski zakon.....	16
Slučaj Microsoft-a.....	16
Monopolistička konkurencija.....	17
Monopolistička nasuprot savršenoj konkurenciji.....	18
Literatura.....	20

PREDUZEĆA NA KONKURENTNIM TRŽIŠTIMA

Kada bi se povećala cena benzina za 20 posto na jednoj pumpi, doživela bi veliki pad prodaje benzina. Njeni kupci kupovali bi benzin na drugim pumpama. Nasuprot tome, kada bi vodovod u vašem gradu povećao cenu vode za 20 posto, doživeo bi samo mali pad prodaje vode. Ljudu bi možda redje zalivali travnjake i kupovali uređaje koji štede vodu, ali bi im bilo teško da u značajnoj meri smanje potrošnju vode i malo je verovatno da bi našli drugog snabdevača. Razlika između tržišta benzina i tržišta vode je očigledna: mnogo je preduzeća koji prodaju benzin na pumpama a samo jedno preduzeće snabdeva ljude vodom. Kako se i moglo očekivati, ta razlika između tržišnih struktura oblikuje određivanje cena i odluke o proizvodnji u preduzećima koja posluju na tim tržištima.

Tržište je konkurentno ukoliko je svaki kupac ili prodavac mali u poredjenju sa veličinom tržišta, pa je, stoga, samo u neznatnoj meri u stanju da utiče na tržišne cene. Nasuprot tome, ako preduzeće može da utiče na tržišnu cenu dobra koje prodaje, kaže se da ima *tržišnu moć*.

ZNAČENJE KONKURENCIJE

Konkurentno tržište, koje se ponekad naziva i *savršeno konkurentno tržište*, ima dve karakteristike:

- Postoji mnogo kupaca i mnogo prodavaca na tom tržištu.
- Dobra koje nude različiti prodavci su uglavnom ista.

Shodno ovim uslovima, postupci bilo kog pojedinačnog kupca ili prodavca na tržištu imaju zanemarljiv uticaj na tržišnu cenu. Svaki kupac ili prodavac uzima tržišnu cenu kao datu.

Jedan primer ovakvog tržišta jeste tržište mleka. Nijedan pojedinačni kupac mleka nije u stanju da utiče na cenu mleka, jer svaki kupac kupuje malu količinu u odnosu na veličinu tog tržišta. Slično tome, svaki prodavac mleka ima ograničenu kontrolu nad cenom, jer i mnogi drugi prodavci nude mleko koje je u suštini identično. Pošto svaki prodavac može da proda koliko god želi po važećoj ceni, on nema razloga da naplaćuje manje, a ukoliko naplaćuje više kupci će otići na drugo mesto. Kupci i prodavci na konkurentnom tržištima moraju da prihvate cenu koju određuje tržište, pa se za njih zato kaže da *cenu uzimaju kao datu*.

Osim dva navedena uslova za postojanje konkurencije, postoji i treći uslov koji se ponekad smatra karakteristikom savršeno konkurentnih tržišta:

- Preduzeća mogu slobodno da udju na tržište ili da sa njega izadju.

Ako je, na primer, svako u stanju da osnuje mlekaru, i ako bilo koji postojeći vlasnik mlekarne može da odluči da prestane sa poslovanjem, tada bi industrija mlečnih proizvoda ispunjavala ovaj uslov. Treba napomenuti da analiza konkurentnih preduzeća uglavnom ne počiva na pretpostavci o slobodnom ulasku i izlasku, jer ovaj uslov nije nužan da bi

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

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
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