

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Oligopol (makedonski)". Rad ima 8 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.

Прв приватен универзитет- Европски универзитет Р. Маедонија

Факултет за детективи и криминалистика

Олигопл

Професор Студент

П. Јовановски М. Краљевски

Олигопол

Олигопол е форма на пазарот во кој пазар или индустрија е доминирана од страна на мал број на продавачи (oligopolists). Зборот е изведен, по аналогија со "монопол", од грчкиот ὀλίγοι (oligoi) "неколку" + πωλεῖν (polein) "да го продаде". Бидејќи постојат неколку продавачи, секоја oligopolist е веројатно да биде свесен за постапките на другите. Одлуките на една фирма влијание, и се под влијание на, одлуките на други фирми. Стратешко планирање од oligopolists треба да ги земе предвид можните одговори на другите пазарни учесници.

Опис

Олигопол е честа форма на пазарот. Како квантитативна опис на олигопол, на четири-фирма концентрација сооднос често се користи. Оваа мерка ја изразува учеството на пазарот на четирите најголеми фирми во индустријата како процент. На пример, почнувајќи од четвртиот квартал 2008 година, Verizon, AT & T, Sprint Nextel, и T-Mobile заедно контролираат 89% од американскиот пазар на мобилниот телефон.

Олигополистичката конкуренција може да доведе до широк спектар на различни исходи. Во некои ситуации, фирмите можат да ги користат рестриктивни трговски практики (дослух, на пазарот на размена и слично) за покачување на цените и ограничување на производството на речиси ист начин како монопол. Каде што постои формален договор за таков заговор, тоа е познато како картел. А основно пример на таков картел ОПЕК е што има големо влијание врз меѓународните цената на нафтата.

Фирми често collude во обид да се стабилизира нестабилна пазари, со цел да се намалат ризиците својствени на овие пазари за инвестирање и развој на производот. [Се бара извор] Постојат законски ограничувања за таквите судири во повеќето земји. Таму не мора да биде формален договор за заговор да се случи (иако за делото да биде нелегално мора да постојат вистински комуникација меѓу компаниите)-на пример, во некои индустрии може да има признато лидер на пазарот кои неформално ги поставува цените за кои други продуценти се одговори, познат како цена раководство.

Во други ситуации, конкуренцијата меѓу продавачите во олигопол може да биде жестока, со релативно ниски цени и висока продуктивност. Ова би можело да доведе до ефикасен исход се приближува на совршена конкуренција. На натпреварот во олигопол да биде поголема од кога постојат повеќе фирми во индустријата ако, на пример, фирмите се само на регионално ниво врз основа и не се натпреварува директно со секоја друга.

Така на благосостојбата анализа на олигополи е чувствителен на параметрите со кои се дефинираат структурата на пазарот. Поточно, на ниво на мртвите губење на тежината е тешко да се измери. Студијата на производот диференцијација покажува дека олигополи исто така може да креирате прекумерни нивоа на диференцијација, со цел да ја задуши конкуренцијата.

Олигопол теорија прави тешки користење на теоријата на игри да го моделираат однесувањето на олигополи:

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com