

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Karakteristike prirodnog monopola". Rad ima 17 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.

## KARAKTERISTIKE PRIRODNOG MONOPOLA

### SADRZAJ:

Uvod.....	3
Monopol.....	5
Podjela monopola.....	7
Prirodni monopol.....	7
Prosjecni I granicni prihod.....	12
Mjere za borbu protiv monopola.....	13
Oligopol.....	14
Duopol.....	14
Monopolisticka konkurencija.....	14
Zakljucak.....	16
Literatura.....	17

### UVOD:

Trziste predstavlja ukupnost odnosa ponude i traznje koje se na odredjenom prostoru i u odredjeno vrijeme uspostavljaju povodom razmjene roba i usluga. Ponuda i traznja nisu izolovani fenomeni i na njih utice veoma veliki broj faktora. Takodje, ponuda utice na traznju kao sto i traznja sa svoje strane utice na ponudu. Djelovanje ponude i traznje na trzistu se ispoljava kroz konkurenciju kao unutrasnju motornu snagu trzista koja pokrece trzisni mehanizam.

Trzisna konkurencija posmatrana samo sa strane ponude se javlja kao suparnstvo izmedju ucesnika u ponudi robe sa ciljem svakog ucesnika da trziste svoje robe prosiri na racun drugih ucesnika. Medjutim, definicija konkurencije mora uzeti u obzir i drugu stranu – stranu traznje jer osobine i reakcije traznje takodje uticu na karakteristike konkurencije.

Konkurencija je takvo trziste koje podrazumijeva:

trzisnu utakmicu izmedju prodavaca ciji je cilj da svoju robu prodaju po sto boljim uslovima i u sto vecem obimu;

trzisnu utakmicu izmedju kupaca koji se nadmecu u pritisku na cijene kako bi dosli do zeljene robe;

trzisnu utakmicu između prodavaca i kupaca gde svaka strana nastoji da ostvari sto povoljnije uslove za sebe.

Konkurencija se javlja i izmedju preduzeca jer sva preduzeca konkurisu za potrosacki dohodak, ali i izmedju potrosaca jer i oni nastoje da ostvare svoje ciljeve – kupovina dobara po sto povoljnijim uslovima.

U najvećem broju slucajeva na trzistima dominira nesavršena ili nepotpuna konkurencija.

Trziste nesavršene konkurencije je ono gdje:

postoji mogućnost određivanja cijena od strane privrednih subjekata kako na strani ponude tako i na strani traznje sto pretpostavlja ograniceni broj privrednih subjekata

za razliku od privrednih subjekata u uslovima savrsene konkurencije, ovi su subjekti price makeri, ne odlucuju samo o obimu proizvodnje vec i o trzisnim cijenama

postoje ogranicenja ulaska konkurentima u sektor

Postoji nekoliko vrsta nesavršene konkurencije:

monopol

duopol

oligopol

monopolistička konkurencija

...

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)