

vo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Monopol". 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.

Универзитет у Крагујевцу

Технички факултет, Чачак

Семинарски рад

Смер: Инжењерски менаџмент

Тема:

Врсте тржишта

МОНОПОЛ

Чачак, децембар 2009.

Садржај:

1.ТИПОВИ ТРЖИШТА 3

1.1.Ефективна и неефективна конкуренција 4

2.МОНОПОЛ 4

2.1. Настанак монопола 5

2.2 Подела монопола 6

2.3.Монополистичке организације 7

2.4.Карактеристични облици монополистичког удруживања 8

2.5.Монополистичка конкуренција 8

3.ПРИМЕРИ МОНОПОЛА И КРШЕЊА АНТИМОНОПОЛИСТИЧКОГ ЗАКОНА 9

4.ЛИТЕРАТУРА 11

1.ТИПОВИ ТРЖИШТА

У привреди функционише много појединачних тржишта , а свако од њих има сопствену структуру, понашање и перформансе.

У зависности од тога, разликује се шест главних типова тржишта:

чист монопол

доминантна фирма

чврст олигопол

лабав олигопол

монополистичка конкуренција

потпуна конкуренција.

Чист монопол је тип тржишта у коме се тражња за одређеним производима и услугама снабдева само од једне фирме. То су фирме које припадају следећим привредним областима: производња струје, телефонске комуникације, поштанске услуге и слично.

Следећи тип тржишта је случај доминантна фирма. То је фирма која има доминацију на тржишту. Доминантна фирма са својим производима покрива преко 40% тржишта тих производа или услуга и најчешће нема блиске ривале. Такве су на пример фирме ИБМ и Кодак.

Тржишна структура у којој доминира једна фирма, често се претапа у лабави и чврсти олигопол. Олигополске фирме међусобно сарађују при утврђивању цена својих производа. Разлика између чврстог и лабавог олигопола јесте у томе што је у случају чврстог олигопола договарање вероватно, а у случају лабавог олигопола договарања нема.

Монополистичка конкуренција даље се смањује на степен монополисаности. У монополистичкој конкуренцији постоји много конкурената. Ни једна фирма – конкурент не покрива више од 10% тржишта. Значи, свака има мали степен тржишне снаге. Смањен степен монополисаности, потом доводи до другог екстрема, до чисте конкуренције. У чистој конкуренцији постоји много равноправних конкурената, односно ни једна фирма – конкурент нема преовлађујући утицај на тржишту.

#### 1.1. Ефективна и неефективна конкуренција

Прва три типа тржишта (чисти монопол, доминантне фирме и чврсти олигополи) представљају неефективну конкуренцију. То значи да једна или више фирми доминира неким тржиштем и нису задовољени неопходни услови за развој праве тржишне конкуренције. Узајамни притисак у овом

**----- 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)**