

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Oligopol". Rad ima 14 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.

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI.

POWERPOINT PREZENTACIJE I SVE VRSTE EDUKATIVNOG MATERIJALA.

POŠTOVANI,

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE VRSTE SEMINARSKIH, DIPLOMSKIH I MATURSKIH RADOVA, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGOG EDUKATIVNOG MATERIJALA. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO OD SVAKOG RADA SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAS ZANIMA, BROJ STRANA KAO I FORMAT U KOJEM JE DOKUMENT SAČUVAN. SVAKI NAŠ RAD IMA JEDNU CELINU OD SADRŽAJA, UVODA, RAZRADE DO ZAKLJUČKA. NAŠ CILJ NIJE PREDAJA GOTOVIH RADOVA VEĆ PRONALAZENJE MATERIJALA I SMERNICA KOJI ĆE VAM POMOĆI DA SAMI IZRADITE KVALITETATAN I JEDINSTVEN RAD.

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. Pojam, izvori i karakteristike oligopola.....	4
2. Nesporazumni oligopol.....	5
2.1. Model Cournot-a.....	5
2.2. Edgeworthov model.....	7
2.3. Chamberlainov model.....	7
2.4. Sweezyev model.....	7
3. Sporazumni oligopol.....	9
3.1. Kartel.....	9
3.2. Liderstvo u određivanju cijena.....	9
3.3. Necjenovna konkurencija.....	10
4. Oligopol i teorija igara.....	10
4.1. Osnovni pojmovi.....	10
4.2. Važniji rezultati primjene teorije igara u analizi oligopola.....	11

5. Oligopol i efikasnost u privredi.....	12
ZAKLJUČAK.....	13
L I T E R A T U R A.....	14

UVOD

U vezi sa definicijom oligopola postavlja se pitanje, šta znači "malo prodavača" ili grupa prodavača. Koji je to broj prodavača zbog kojeg tržište gubi karakter savršene konkurencije? Na osnovu čega razgraničiti oligopol od velikog broja prodavača sa diferenciranim proizvodom? Treba istaći da je ovo razgraničavanje prilično teško, jer pored broja tržišnu strukturu determiniraju i drugi faktori. Riječ oligopol potiče od grčke riječi oligoi, što znači malo, i polist, što znači prodavač. Oligopol je oblik tržišne strukture u kojoj dominira mali broj prodavača homogenog ili diferenciranog proizvoda. Ako je proizvod homogen, imamo čisti oligopol. Ako je proizvod diferenciran, riječ je o diferenciranom oligopolu.

Seminarski rad je podijeljen na pet dijelova. Prvi dio obrađuje pojam, izvori i karakteristike oligopola. Drugi dio obrađuje nesporazumni oligopol, u okviru kojih su obrađena četiri poznata modela, i to: Cournotov, Edgeworthov, Chamberlainov i Sweezyev model. Treći dio obrađuje sporazumni oligopol, četvrti oligopol i teoriju igara, i na samom kraju peti dio posvećuje pažnju oligopolu i efikasnosti u privredi. Rad također uključuje i zaključak kao i literaturu.

Pojam, izvori i karakteristike oligopola

Savršena konkurencija i čisti monopol su dva ekstremna tržišna stanja. Potupuna ili savršena konkurencija je više hipotetično stanje nego stvarno. Monopol (jedan prodavač ili kupac) također je rijedak slučaj. U većini privrednih grana na tržištu raznih zemalja dominira nekoliko preduzeća, odnosno oligopolija.

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

www.maturskiradovi.net

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