

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Ravnoteža u uslovima ograničene konkurencije". Rad ima 10 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.

SEMINARSKI RAD

OSNOVI EKONOMIJE

Tema: Ravnoteža u uslovima ograničene konkurencije

SADRZAJ

UVOD.....	3
Definisanje monopola i uslovi privređivanja na tržištima nesavršene konkurencije.....	5
MONOPOLISTICKA KONKURENCIJA.....	9
OGRANICENA KONKURENCIJA.....	9
Monopol.....	11
Duopol.....	11
Oligopol.....	11
Monopolisticka konkurencija.....	13
Modeli nepotpune konkurencije.....	15
ZAKLJUČAK.....	19

UVOD

Trziste predstavlja mesto gde se ponuda i potraznja robe i usluga susrecu i kao stalan i organizovan oblik dovode u medjusobni kontakt, kao skup kupaca i prodavaca. Trziste je istovremeno i mehanizam kojim se kroz regulaciju odnosa prodavaca i kupaca, kroz stvarna ili potencijalna medjusobna delovanja, odredjuju cene pojedinačnih proizvoda ili skupa proizvoda. Kao polaznu osnovu za razgovor o konkurenciji koristicećemo podelu trzisnih struktura po kojoj postoje dva osnovna tipa: savrsena, tj. potpuna konkurencija i nesavrsena, tj. nepotpuna konkurencija. Savrsena konkurencija je takvo trzisko stanje u kojem postoji veliki broj prodavaca i kupaca na trzistu istog, homogenizovanog proizvoda i kada svi proizvodi imaju cenu i razmenjuju se na trzistu, a ucesnici na trzistu nemaju nikakvog uticaja na cenu po kojoj kupuju ili prodaju, tj. cena je objektivno data velicina. Promena cene je posledica aktivnosti svih prodavaca i kupaca, a nikako posledica njihovog pojedinačnog delovanja. Dakle, na savrsenim konkurentskim trzistima pojedinačni proizvodjaci su ustvari preduzimaci cijena, tzv. price-takers. Iz navedenog proizilazi da je savršeno konkurentsko tržište takvo tržište na kome sva preduzeća proizvode identične proizvode, a svako preduzeće je tako malo da njegov izbor nivoa proizvodnje ne utice ni na cijelu industriju niti na

cijene. U praksi se retko susreću ovakvi primeri, npr. u proizvodnji pšenice, kukuruza, nafte, pa se može reći da u većini slučajeva prevladava nesavršena konkurencija. Nesavršena konkurencija postoji kada kupac ili prodavac mogu uticati na cijenu proizvoda. Glavna obeležja su previsoke cene i preniska proizvodnja, i o njoj će više reći biti u nastavku ovog seminarskog rada. Stvarno tržište nije niti savršeno konkurentno niti u potpunosti monopolisano, već spada negde u spektar između savršene konkurencije i čistog monopola. Monopolistička konkurencija, kao tema ovog seminarskog rada, javlja se kao jedan od oblika nesavršene konkurencije i upravo zato ćemo se ukratko osvrnuti na nesavršenu konkurenciju, a zatim pokušati obraditi i monopolističku konkurenciju, sa osvrtom na definiciju, karakteristike i slično.

Definisanje monopola i uslovi privredjivanja na tržištima nesavršene konkurencije

Tržišna moć. Suština tržišne moći je mogućnost da se mijenjaju cijene proizvoda. Da bi naveli potrošači da kupuju više, proizvođači moraju da snižavaju cijene. Nepotpuna konkurencija ne znači da preduzeće ima apsolutnu kontrolu nad cijenom svog proizvoda. Na primjer, Coca-cola u uslovima nepotpune konkurencije može svoje limenke da prodaje za 0,40 ili 0,50 €. Kada bi preduzeće pokušalo da prodaje svoje limenke za 10 €, ono bi propalo. Dakle, riječ je o nekom stepenu slobode odlučivanja pri određivanju cijena. Ispoljavanje trzisne moci. U pogledu trzisne organizacije, privredni sektor čini spektar od potpune koncentracije do gotovog monopola. U smislu smanjenja trzisne moci preduzeća, potrebno je kvalitativno merilo stepena trzisne moci. Trzisna moc je stepen kontrole sto ga jedno preduzeće ili mali broj preduzeća imaju nad cenama i odlukama o proizvodnji u nekom privrednom sektoru. Najuobčajnija mera trzisne moci je sektorski koeficijent koncentracije.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com