

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržište nesavršene konkurencije". 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.

Uvodni deo

Tržište potpune ili savršene konkurencije predstavlja prototip robne razmene na kome se ispoljavaju sva osnovna svojstva ponude i tražnje. Tu se jasno vidi kako funkcioniše tržišna privreda i kako se ponašaju kupci i prodavci. Međutim, tržište potpune konkurencije nije jedini oblik tržišta. Postoje i drugi oblici. Potpuna konkurencija je jedan graničan slučaj. Drugi, potpuno suprotan, graničan slučaj jeste monopol. Između ova dva ekstrema postoji niz oblika tržišne konkurencije. Svi ti oblici se nazivaju jednim imenom tržišna struktura.

Na tabeli 1. navela sam četiri bitna kriterijuma na osnovu kojih možemo jasno da razgraničimo četiri osnovna oblika tržišta. Dva su ekstremni oblici: tržište potpune konkurencije i monopoli. Između njih postoje još dva tipična oblika tržišta: oligopoli i monopolistička konkurencija.

Tabela br. 1. Tržišne strukture

Broj preduzeća

Mnogo

Više

Malo

Jedno

Pristup tržištu

Slobodan

Potpuna konkurencija

Monopolistička konkurencija

Oligopol

Monopol

Ograničen

Svojstva robe

Ista

Potpuna konkurencija

Monopolistička konkurencija

Oligopol

Monopol

(Po pravilu) Diferencirana

Kriva tražnje

(Potpuno) Elastična

Potpuna konkurencija

Monopolistička konkurencija

Oligopol

Monopol

(Vrlo) Neelastična

Svi ovi oblici se razlikuju po broju prodavaca, odnosno preduzeća koja nude robu na prodaju. U uslovima potpune konkurencije postoje mnogobrojni prodavci, dok kod monopola postoji samo jedan jedini prodavac.

I kod monopolističke konkurencije postoji više prodavaca, i kod nje postoji slobodan pristup tržištu. Ono što je razlikuje od potpune konkurencije odnosi se na svojstva prodane robe. To nisu homogeni proizvodi tako da je kupcima svejedno da li kupuju robu od jednog ili drugog prodavca. To su robe visoko diferencirane po svojim svojstvima i vezuju se za određenog proizvođača. Ovi proizvodi nemaju bliske supstitute. Obično se kaže da oni predstavljaju "brend" i da ih kupci traže jer su navikli na njih i jer im one predstavljaju simbol u potrošnji, iako postoje robe koje bi mogle da zadovolje istu bazičnu vrstu želja ili potreba u potrošnji.

Kod oligopola postoji manji broj prodavaca i prepreke za ulazak na tržište u tom slučaju robe imaju svoja prepoznatljiva specifična svojstva. U slučaju monopola postoji samo jedan jedini prodavac, pa je po prirodi stvari ulazak na tržište drugih konkurenata isključen. Roba, takođe, ima svoja posebna svojstva.

Kod monopolističke konkurencije, kriva tražnje za robama ima opadajući oblik. Sa padom cena raste tražnja. Elasticnost je veoma visoka jer male promene cena izazivaju velike promene na strani tražnje.

Kriva tražnje kod oligopola je, takođe, opadajuća kriva ali sa mnogo većim nagibom. To znači da je elasticnost niža nego kod monopolističke konkurencije i mora da postoji mnogo veća promena cena da bi izazvala istu promenu tražnje. U slučaju monopola kriva tržišne tražnje je veoma neelastična.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com