

# *SEMINARSKI RAD*

*PREDMET: MIKROEKONOMIJA*

*TEMA: OLIGOPOL I MONOPOLISTIČKA KONKURENCIJA*

# 1. UVOD

Svako poduzeće koje može značajno uticati na tržišnu cijenu svoje proizvodnje, klasifikuje se kao nesavršeni konkurent. Nesavršena konkurencija preovladava u industriji kada pojedinačni ponuđači imaju određeni nadzor nad cijenom svog proizvoda. „Za razliku od učesnika savršene konkurencije koji donose odluku samo o visini proizvodnje, tzv. *price-taker*<sup>1</sup> učesnici ili *price-makeri* donose odluku i o visini cijena.“<sup>2</sup>

Nesavršena konkurencija ne podrazumjeva da poduzeće ima apsolutni nadzor nad cijenom svog proizvoda, već ono može odrediti cijenu samo u razumnim okvirima. Osim toga, to podrazumjeva postojanje većeg ili manjeg broja proizvođača od kojih svaki mora posjedovati određenu tržišnu moć, tj. sposobnost da variranjem outputa utiče na cijenu proizvoda.

Savremena tehnologija omogućava proizvodnju velikih količina proizvoda pa poduzeća moraju smanjiti svoje prosječne troškove. U praksi to znači da će jedno ili nekoliko poduzeća povećati proizvodnju do tačke u kojoj će proizvoditi značajan dio ukupne industrijske proizvodnje. Ulazak novih konkurenata u takvu industriju prate ekstremno visoki troškovi i upravo iz tog razloga veća preduzeća imaju prednost, često i nedostižnu, pred manjim konkurentima.

Faktori koji se javljaju kao prepreka slobodnom ulasku na tržište mogu biti:

- zakonski (vlasništvo nad patentima, ulazna ograničenja davanjem koncesija za snabdjevanje nekog područja, uvozna ograničenja)
- reklamiranje (izgradnja svijesti o proizvodu i lojalnosti prema njemu, npr. Coca-Cola)
- diferencijacija proizvoda (proizvodnja širokog izbora proizvoda za široki raspon potrošača)

Postoji više oblika nesavršene konkurencije ali ih klasifikujemo i uglavnom svrstavamo kao:

- monopol (krajnji oblik nepotpune konkurencije kada jedno preduzeće ima potpunu kontrolu nad cijelim privrednim sektorom uz nedostatak konkurencije za robu ili usluge koje nudi, dakle, potpuna dominacija tržištem. Za čisti monopol, kao vrstu tržišne strukture, karakteristično je da postoji samo jedan prodavac/ponuđač, koji se suočava sa funkcijom tržišne tražnje. Bitna karakteristika monopola je da može potpuno odrediti cijenu robe koju

---

<sup>1</sup> Tvrtka koja može promijeniti svoju mjeru proizvodnje i prodaje bez važnog utjecaja na tržište cijena svog proizvoda

<sup>2</sup> <http://www.tranexp.com:2000/Translate/result.shtml>

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

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

- 
-