

Osnovi ekonomije

Konkurencija i tržišna ravnoteža

- Odnosi konkurencije zavise od:
 - ✓ Broja i veličine učesnika na tržištu
 - ✓ Od mogućnosti ulaska na tržište
 - ✓ Homogenosti/heterogenosti proizvoda
 - ✓ Stepena elastičnosti ponude i tražnje

- Tržišna ravnoteža se može prikazati kao presek krive ponude i krive tražnje

Tržišna ravnoteža

- **Ravnotežna cena** – cena po kojoj svi proizvođači prodaju svoj proizvod i svi potrošači spremni da kupe taj proizvod
- **Ravnotežna količina** – količina proizvoda koji su proizvođači spremni da ponude na tržištu i potrošači spremni da kupe na tržištu po ravnotežnoj ceni.

Tržišni višak

- **Tržišni višak** – je razlika između ponuđene količine proizvoda i manje tražene količine, od ravnotežne količine.
- Takav višak će postojati sve dok se nivo cena formira na nivou višem od ravnotežne cene.

Tržišni manjak

- **Tržišni manjak** je razlika između veće tražene količine i manje ponuđene količine proizvoda, u odnosu na ravnotežnu količinu.
- Znači da su potrošači posebno motivisani za kupovinu datog proizvoda na tržištu.

Kobveb teorema

- Delovanje tržišnog mehanizma koji uspostavlja ravnotežu između ponude i tražnje grafički prikazan kao “paukova mreža”
- Mogućnost uravnoteženja i vreme potrebno za to uslovljeni su specifičnim faktorima: prirodom proizvodnje u grani, tehnološkim razvojem....

Kobveb teorema

Uslovi neophodni da bi se prihvatila:

- ✓ Da su odnosi na tržištu potpuno slobodni
- ✓ Da je na strani ponude veliki broj proizvođača
- ✓ Da je proizvodni ciklus kraći od godinu dana

Kobveb teorema - nedostaci

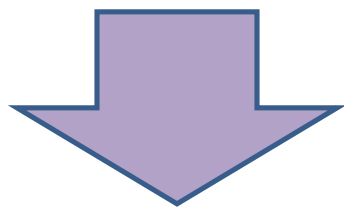
- Pokazuje šta bi se dogodilo ako se u datim uslovima ništa ne menja, ako krive ponude i tražnje ostale iste
- Traži da svi proizvođači istovremeno i na isti način reaguju na postojeće cene
- Proizvođači ne izvlače pouke, ni posle više ponovljenih ciklusa

Vremensko prilagođavanje ponude promenama tražnje

- **Veoma kratak rok** – vreme u kojem nije moguće promeniti upotrebu faktora proizvodnje i prilagoditi ponudu promenama tražnje;
- **Kratak rok** – prilagođavanje ponude promenama tražnje može nastati u kratkom roku, ukoliko se kao odgovor poveća ili smanji obim proizvodnje
- **Dug rok** – odgovor ponude u dugom roku je moguć, ali kroz proširenje kapaciteta, ulazak novih preduzeća na tržište...

Konkurencija i tržišna struktura

- Obeležja tržišne strukture:
 - ✓ Broj i veličina preduzeća
 - ✓ Stepen međusobne sličnosti proizvoda
 - ✓ Složenost ulaska na tržište



Sve su ovo USLOVI KONKURENCIJE

Konkurencija

- U zavisnosti od navedenih uslova – **4 osnovna tipa tržišne strukture:**
 1. *Potpuna konkurencija*
 2. *Monopolistička konkurencija*
 3. *Oligopol*
 4. *Monopol*

Tržišna struktura po Štachelberju

	<u>Broj kupaca</u>			
		Mnogo	Malo	Jedan
<u>Broj prodavaca</u>	Mnogo	Potpuna konkurencija	Oligopson	Monopson
	Malo	Oligopol	Bilateralni oligopoli	Kvazimonopson
	Jedan	Monopol	Kvazi – monopol	Bilateralni monopol

Potpuna (savršena) konkurencija

- *Veliki broj malih firmi, nema dominantnih*
- *Homogeni proizvodi*
- *Kupci i prodavci su potpuno obavesteni o cenama*
- *Slobodan ulaz/izlaz na tržište*

Potpuna (savršena) konkurencija

Mora da ispuni pretpostavke:

1. Veliki broj kupaca, tako da niko nema uticaj na cene
2. Proizvod mora biti homogen
3. Slobodan ulazak na tržište i izlazak
4. Potpuna informisanost o proizvodima i njihovim cenama

Monopol

- *Celu granu predstavlja jedan proizvođač*
- *Može da utiče na visinu proizvoda*
- *Proizvod nema bliske supstitute*
- *Ne postoji mogućnost da se pojavi drugi proizvođač*

Monopol

- Barijere koji su osnovni uzroci nastanka i uslovi opstanka monopola:
 1. Barijere ekonomskog karaktera: specijalni visoki troškovi ulaska na tržište (tehničko-tehnološka superiornost ili ekonomija obima)
 2. Administrativne barijere: stvara ih država kroz regulisanje zakona, procedura (kroz dozvole, patente..)

Monopolistička (nepotpuna) konkurencija

- *Više konkurenata na tržištu*
- *Formira mali deo tržišnog učešća*
- *U izvesnoj meri kontroliše cenu proizvoda*
- *Bliskost proizvoda (skror supstituti)*
- *Slobodan ulazak/izlazak na tržište*

Oligopol

- *Na strani ponude dominiraju nekoliko velikih preduzeća*
- *Na dugi rok utiču na cenu*
- *Na strani tražnje ima puno kupaca (ako je malo bilateralni oligopol)*
- *Preovlađujući oblik*