

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Oligopol - modeli oligopola". Rad ima 18 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

PREDMET: MIKROEKONOMIJA

TEMA: OLIGOPOL-MODELI OLIGOPOLA

SADRŽAJ

UVOD	3
1. OLIGOPOL	4
1.1.Pojam oligopola.....	4
1.2.Karakteristike oligopola	4
1.3.Oblici oligopola	5
2. TRŽIŠNA MOĆ	6
2.1.Koeficijent koncentracije	6
3. MODELI OLIGOPOLA	8
3.1.Nesporazumni oligopol	8
3.1.1. Model Cournot –a	8
3.1.2. Sweezyev model	10
3.1.3. Edgeworthov model	12
3.1.4. Chamberlainov model	12
3.2.Sporazumni oligopol	13
3.2.1.Tajni sporazum	13
3.2.2.Cjenovno predvođenje	15
4. TEORIJA IGARA	16
4.1. Necjenovna konkurencija	16

4.2. Teorija igara	16
ZAKLJUČAK	17
LITERATURA	18

UVOD

Cilj ove teme je da na što bolji mogući način predstavimo jednu od osnovnih vrsta nesavršene konkurencije, tj. oligopol.

Seminarski rad je podijeljen na četiri dijela. U prvom dijelu su objašnjene osnovne karakteristike oligopola i oligopolistički oblici. Drugi dio govori o tržišnoj moći i mjerenju tržišne moći, tj. o pokazateljima kojima se mjeri tržišna moć. U narednom, tj. trećem dijelu, su nabrojani i pojašnjeni modeli oligopola. Dok je u posljednjem dijelu seminarskog rada objašnjena teorija igara.

1. OLIGOPOL

1.1. Pojam oligopola

Riječ oligopol potiče od grčke riječi oligoi, što znači malo, i polist, što znači prodavač. Oligopol je tržišna situacija u kojoj nekoliko proizvođača proizvodi homogen ili diferenciran proizvod, tj. postoji mala, nikakva ili izvjesna diferencijacija proizvoda. Ako je mala ili nikakva diferencijacija, onda je proizvod homogen, pa imamo čisti oligopol.

Nasuprot tome, imamo diferencirani oligopol. Najprostiji tip oligopola je duopol i predstavlja tržišnu situaciju sa dva proizvođača koji kontrolišu najveći dio tržišta. Više kupaca koji presudno utiču na kretanje cijena nazivaju se oligopsoni. Njih takođe može biti najmanje dva, kada se nazivaju duopsoni.

Tipični primjeri oligopolskih tržišta su tržišta automobila i tržišta prerađivačke industrije, a najprisutniji su u američkoj privredi. Čisti oligopol sa homogenim proizvodom javlja se često u proizvodnji čelika i aluminija. Automobil, cigarete, sapuni i prašci za pranje su primjer oligopola sa diferenciranim proizvodom.

1.2. Karakteristike oligopola

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

www.maturskiradovi.net

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