

SAVRŠENA I NESAVRŠENA KONKURENCIJA

OSNOVI EKONOMIJE



Tržišne strukture

Faktori koji određuju strukturu tržišta su:

- ✓ broj kupaca i prodavaca,
- ✓ stepen homogenosti (heterogenosti) roba ili usluga,
- ✓ sloboda pristupa tržištu,
- ✓ informisanost proizvođača i potrošača i
- ✓ veličina proizvođača i potrošača.

Razlikuje se:

- ✓ tržište savršene (potpune) i
- ✓ tržište nesavršene (nepotpune) konkurencije.

Tržište savršene konkurencije

Karakteristike tržišta **savršene konkurencije**:

- ✓ Prisutan veliki broj ponuđača roba i usluga, a isto tako i veliki broj potrošača (kupaca) tih roba i usluga.
- ✓ Savršena konkurencija vlada između proizvođača homogenih proizvoda, a to su proizvodi istog ili sličnog kvaliteta.
- ✓ Postoji potpuna sloboda pristupa tržištu.
- ✓ Svi učesnici na tržištu, bilo na strani ponude bilo tražnje, su u potpunosti informisani o tržišnim prilikama.
- ✓ Proizvođači su relativno ujednačeni po veličini. Takođe, između potrošača nema velikih razlika u njihovoj veličini.
- ✓ Ponuda bilo kojeg od ponuđača je relativno mala u odnosu na ukupnu ponudu na tržištu, tako da pojedinačni proizvođač promenom svoje ponude ne može uticati na promenu cene.

Savršena konkurencija predstavlja idealan slučaj u kojem konkurencija vodi najboljem ishodu sa aspekta potrošača.

Tržište nesavršene konkurencije

U **monopolu** je prisutan samo jedan proizvođač tj. ponuđač na tržištu i on može promenom svoje ponude bitno uticati na cenu. Tržišta javnih dobara su u većini regiona monopolska. Prisutan je jedan prodavac električne energije i sl. U zemljama sa malim unutrašnjim tržištem, često postoje monopoli u proizvodnji industrijskih preradevina (industrija čelika).

Oligopol je tržište na kojem je prisutan mali broj proizvođača istog ili sličnog proizvoda. Oligopoli se često javljaju na većim tržištima. Prisutni su u industriji čelika i aluminijuma u SAD, proizvodnji i preradi nafte i u automobilskoj industriji.

Monopolistička konkurencija je oblik tržišne strukture sa velikim brojem proizvođača različitih ili supstitutivnih proizvoda, od kojih svaki ima određeni stepen monopola zbog heterogenosti proizvoda. Primer su benzinske pumpe ili servisi za hemijsko čišćenje. Razlike se odnose, recimo, na lokaciju prodavnice i kvalitet usluge.

Tržište nesavršene konkurencije

Monopson je relativno ređi slučaj od monopola. Na primer, u nekim zemljama se svo proizvedeno zlato mora prodati centralnoj banci, ili postoji samo jedna zakonski ovlašćena topionica plemenitih metala. U ovom slučaju, topionica ima karakter monopsona na tržištu plemenitih metala.

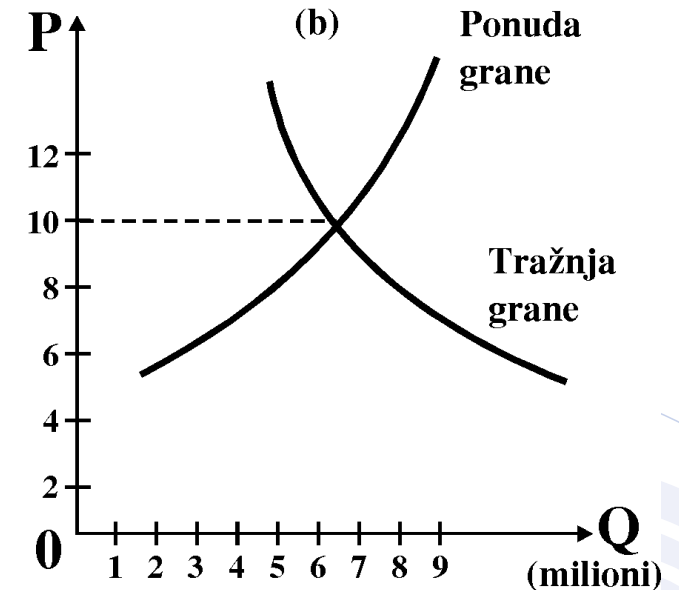
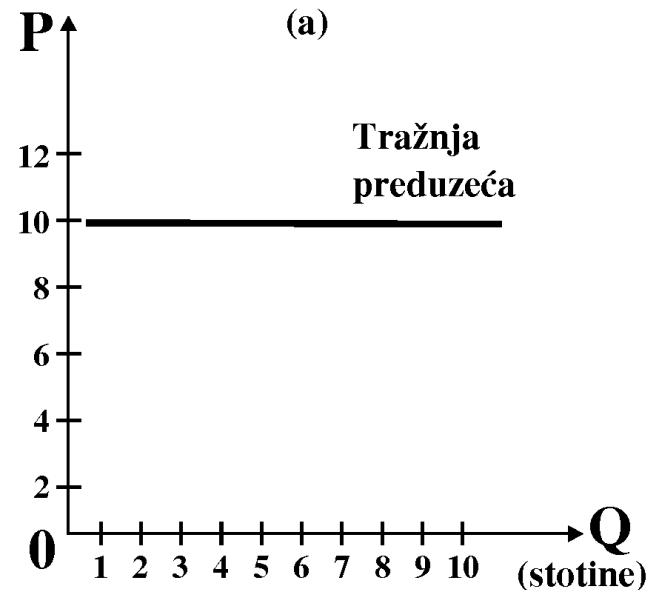
Oligopsonska tržišta se često javljaju kod prodaje sirovina i nekih poljoprivrednih proizvoda. Postojanje manjeg broja prerađivača primarnih proizvoda stvara uslove za pojavu oligopsona. Značajni transportni troškovi u pojedinim regionima prisiljavaju proizvođače da svoje proizvode prodaju prerađivačima izvan regiona.

Karakteristike nesavršene konkurencije	Klasifikacija
Jedan prodavac	Monopol
Jedan kupac	Monopson
Mali broj prodavaca istog ili sličnog proizvoda	Oligopol
Mali broj kupaca istog ili sličnog proizvoda	Oligopson
Veliki broj prodavaca heterogenog proizvoda	Monopolistička konkurencija

Kriva tražnje preduzeća u savršenoj konkurenciji

Kriva tražnje grane je tipična opadajuća kriva u odnosu na cenu. U okviru grane, u kojoj deluje savršena konkurencija, nijedno preduzeće ne proizvodi signifikantni deo ukupnog obima proizvodnje te grane, tako da nijedno pojedinačno preduzeće nema signifikantni uticaj na cenu.

Kriva tražnje preduzeća je prikazana horizontalnom linijom, koja seče ordinatu pri ceni od 10 novčanih jedinica (sl. deo a). Ova cena je određena presekom krive ponude i tražnje na nivou grane (sl. deo b). Iako obim proizvodnje pojedinačnog preduzeća povećava ukupan obim proizvodnje u grani, taj doprinos je vrlo mali u odnosu na ukupan obim proizvodnje grane.



Prihodi preduzeća

Ukupan prihod preduzeće ostvaruje od prodaje svog outputa i jednak je proizvodu cene i prodate količine:

$$R = p \cdot Q$$

Prosečan prihod se definiše kao ukupan prihod podeljen prodatom količinom i jednak je ceni dobra:

$$PR = \frac{R}{Q} = p$$

Granični prihod je promena ukupnog prihoda preduzeća koja nastaje prodajom dodatne jedinice outputa.

$$GR = \frac{\Delta R}{\Delta Q}$$

Tražnja i prihodi preduzeća u savršenoj konkurenciji

U uslovima savršene konkurencije preduzeće prihvata cenu određenu na nivou sektora (grane). Njegova kriva tražnje je ekvivalentna ceni koja se uspostavlja presekom krive ponude i krive tražnje u grani (prethodna slika).

Horizontalna linija koja predstavlja tražnju za proizvodima pojedinačnog preduzeća istovremeno je i linija njegovog prosečnog prihoda.

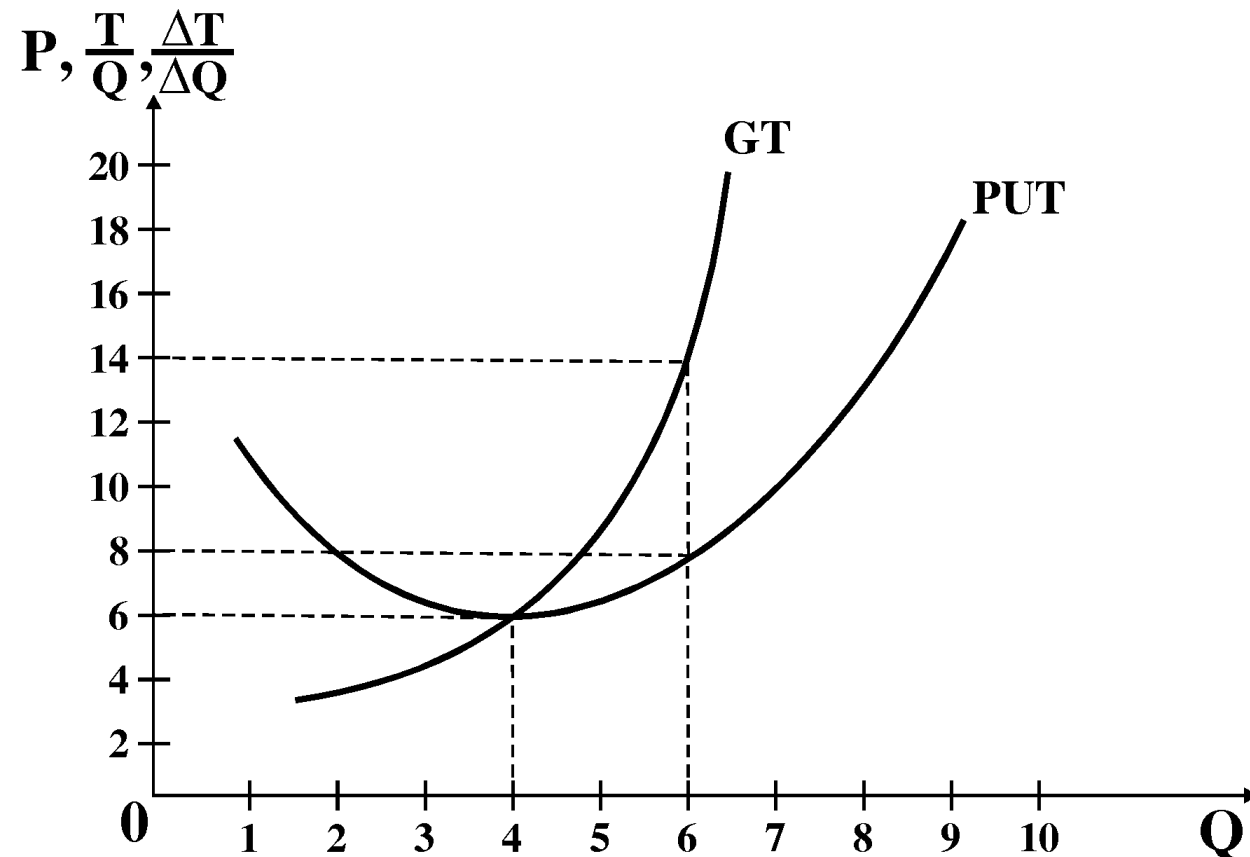
Kada je kriva tražnje horizontalna, cena se ne menja sa promenama količine. Cena je 10 n.j. bilo da preduzeće proizvodi 1 ili 100 jedinica proizvoda (prethodna slika). Granični prihod i cena su jednaki.

Može se zaključiti da za preduzeće, koje posluje u uslovima savršene konkurencije, važi da je horizontalna linija, koja je povučena na nivou tržišne cene proizvoda, ekvivalentna krivi tražnje, krivi prosečnog prihoda i krivi graničnog prihoda.

Krive troškova preduzeća u savršenoj konkurenciji

Na slici su predstavljene kriva prosečnih (PT) i graničnih troškova (GT) za tipično preduzeće. Kriva PT ima uobičajen U-oblik.

Kada PT opadaju, kriva GT je ispod krive PT i obrnuto. PT i GT su jednaki samo u minimumu krive PT. To se dešava za obim proizvodnje od 4 jedinice, kada je $GT = PT$, a oba iznose 6 novčanih jedinica.



Maximum profita

Profit preduzeća (π) jednak je razlici između ukupnih prihoda (R) i ukupnih troškova preduzeća (T):

$$\pi = R - T$$

Iz matematičkog uslova za maksimum funkcije, max. profit se dobija kada je:

$$\pi' = R' - T' = 0$$

odnosno

$$R' = T' \quad \text{tj.} \quad \boxed{GR = GT}$$

Dakle, maksimalni profit se postiže kada je granični prihod jednak graničnom trošku.

Maksimiziranje profita u uslovima savršene konkurencije

Presek GT i GR određuje obim proizvodnje uz koji će preduzeće max. profit ($Q=300$).

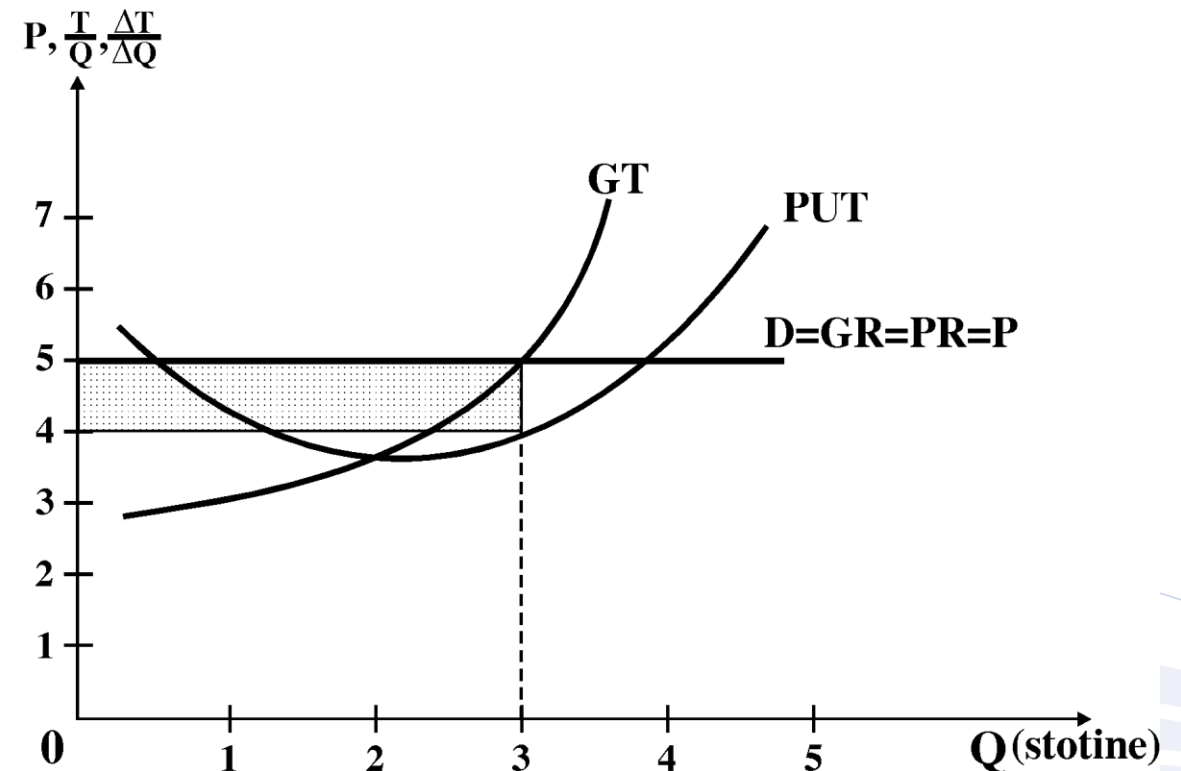
Cena je data krivom tražnje koja je, u savršenoj konkurenciji, jednaka krivi GR preduzeća ($P=5$).

$$R = p \cdot Q = 5 \cdot 300 = 1.500$$

$$T = PT \cdot Q = 4 \cdot 300 = 1.200$$

$$\pi_{\max.} = R - T = 1.500 - 1.200 = 300 \text{ n.j.}$$

(osenčena površina).

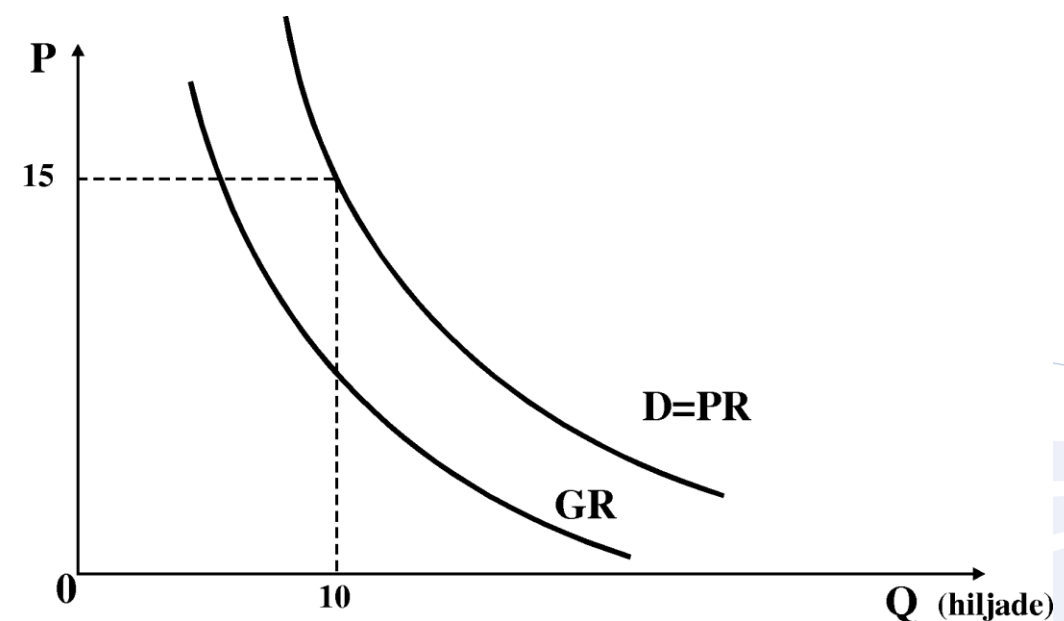


Monopol

Karakteristike: U monopolskim uslovima, postoji samo jedno preduzeće koje proizvodi i prodaje dobra po ceni koju samo odredi. Proizvodi se proizvod za koji ne postoje bliski supstituti. Ako potrošači žele taj proizvod, nemaju alternativu nego da ga kupe od monopoliste. Konačno, postavljanje barijera za ulazak drugih preduzeća u konkurenciju sa monopolistom, potpuno ograničava konkurenciju.

Kriva tražnje monopola ima opadajući nagib, što je u skladu sa zakonom tražnje. Kriva tražnje grane, takođe, predstavlja krivu prosečnih prihoda monopoliste, jer je samo jedno preduzeće u grani.

Kada opada prosečna vrednost, granična vrednost će se nalaziti ispod prosečne. U skladu sa ovim odnosom, kriva graničnog prihoda je ispod krive tražnje.

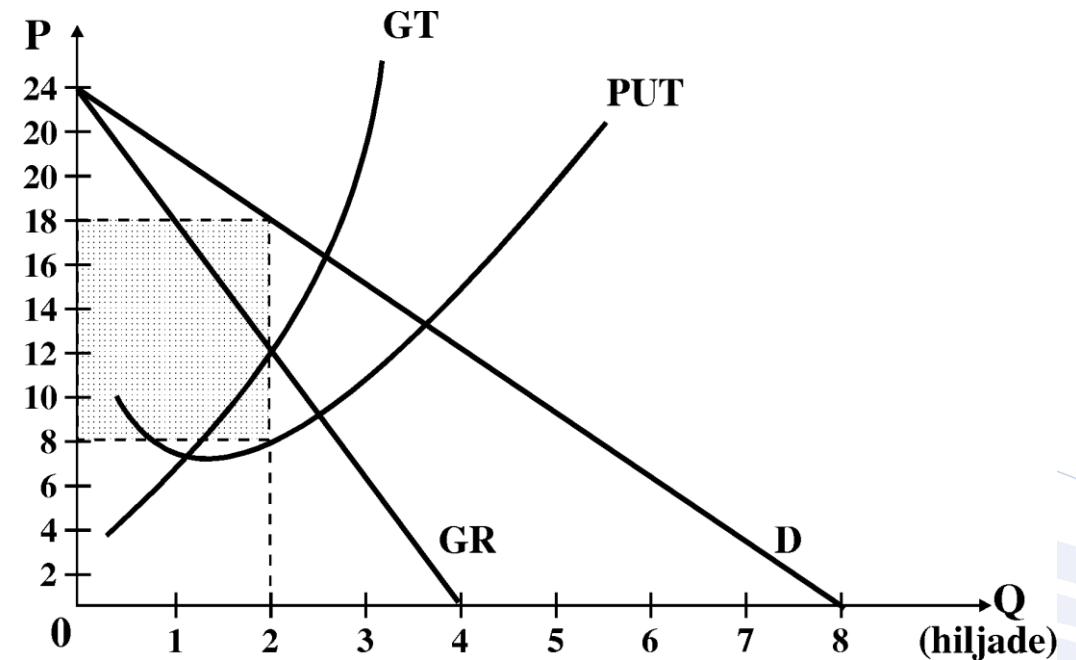


Maksimiziranje profita u uslovima monopola

Uslov za maksimiziranje profita je jednakost između GR i GT. Obim proizvodnje za koji se postiže maksimalni profit je na nivou od 2.000 jedinica. Cena pri kojoj monopolista maksimizira profit je 18 n.j. Ukupan prihod je tada 36.000 n.j.

Prosečni troškovi proizvodnje 2.000 jedinica robe iznose 8 n.j. Ukupni troškovi su jednaki proizvodu prosečnih troškova i količine. Predstavljeni su na slici pravougaonikom čije su strane ove vrednosti. Ukupan trošak je 16.000 n.j.

Profit je prikazana kao osenčena površina, a predstavlja razliku između površine ukupnog prihoda i površine ukupnog troška. Kada je ukupan prihod monopoliste 36.000 n.j. a ukupan trošak 16.000 n.j. ukupan profit je 20.000 n.j.

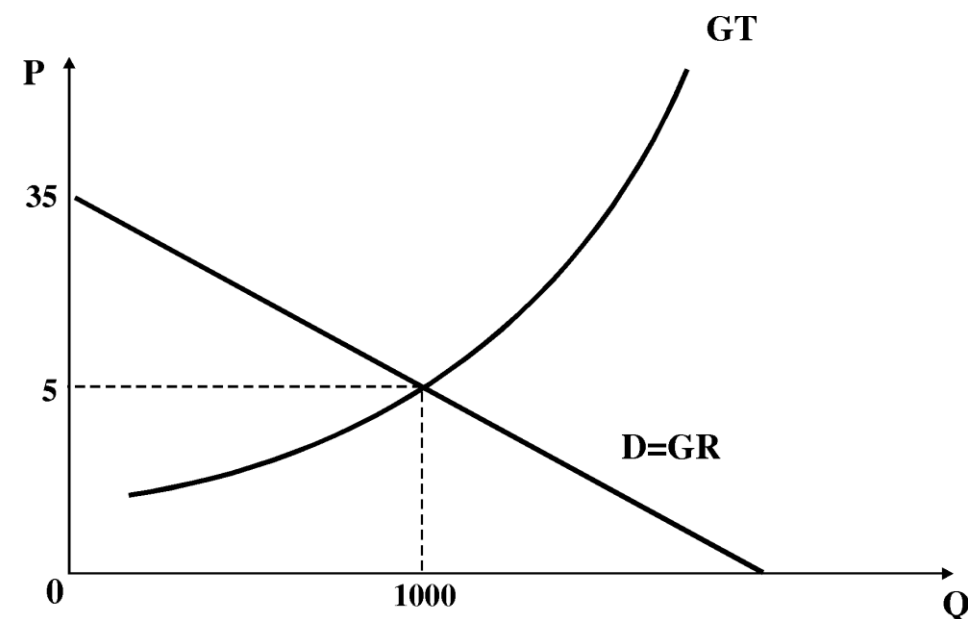


Monopolska diskriminacija cena

Da bi došlo do pojave monopolske diskriminacije cena potrebno je da:

- ✓ Postoje različita tržišta za isto homogeno dobro (npr. domaće i strano).
- ✓ Elastičnost tražnje na ovim tržištima treba da bude različita.
- ✓ Dobro ne može da se preprodaje na "sekundarnom" tržištu.

Kada je monopolista u stanju da traži posebnu cenu sa krive tražnje za svaku jedinicu proizvodnje, onda tražnja i kriva graničnog prihoda postaju iste i predstavljaju se jednom krivom. Profit se maksimizira kada se izjednače granični prihod i granični trošak. Kupci moraju da budu spremni da plate 35 n.j. za proizvod, dok će poslednji kupac platiti 5 n.j. po proizvodu. Pošto nije uspostavljena jedna cena na tržištu, ukupni prihod je jednak ukupnoj površini ispod krive tražnje. Potrošački višak, površina ispod krive tražnje i iznad cene od 5 n.j. gube potrošači a prisvaja monopolista.



Monopolistička konkurencija

Preduzeća u grani sa monopolističkom konkurencijom, kao što samo ime ukazuje, imaju neke karakteristike preduzeća koja posluju u savršenoj konkurenciji i neke od karakteristika monopola.

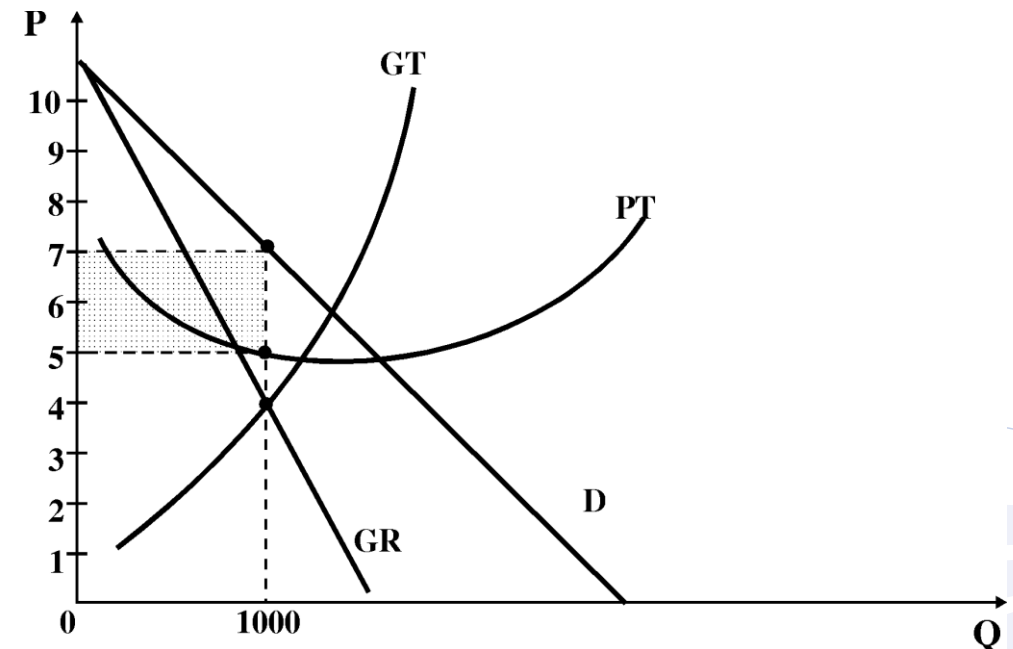
Konzistentno modelu savršene konkurencije, monopolistička konkurencija se karakteriše prisustvom većeg broja preduzeća, potpunom informisanošću i slobodom ulaska i izlaska iz grane (sektora). Za razliku od savršene konkurencije, dobra koja proizvode preduzeća u monopolističkoj konkurenciji nisu homogena. Zbog toga što svako preduzeće u grani proizvodi dobro koje se razlikuje na neki blagi način od dobara njegovih konkurenata, pojedinačno preduzeće liči na monopol. Međutim, pošto su proizvodi konkurenata bliski supstituti, preduzeća nemaju realnu moć monopola.

Kao primer za monopolističku konkurenciju se može navesti postojanje velikog broja malih prodavnica u najvećem broju gradova, koje prodaju slične proizvode. Isto tako, benzinske pumpe ili servisi za hemijsko čišćenje su monopolistički konkurenti.

Monopolistička konkurencija – maksimiziranje profita

Profit je maksimalan kada je granični trošak jednak graničnom prihodu. Ravnotežna cena je 7 n.j. a proizvodi se 1.000 jedinica da bi se maksimizirao profit. Površina pravougaonik čija je jedna strana na ordinati jednaka dužini koja odgovara ravnotežnoj ceni ($P=7$), a na apscisi dužini koja predstavlja količinu ($Q=1.000$) pokazuje ukupan prihod (7.000 n.j.).

Ukupan trošak se definiše kao proizvod prosečnog troška i količine. Kada je $Q=1.000$, prosečan trošak (PT) je jednak 5 n.j. Ukupan trošak iznosi 5.000 n.j. a grafički je određen površinom pravougaonika koji zatvaraju strane koje su određene veličinom prosečnog troška na ordinati i količinom na apscisi. Profit se grafički određuje kao razlika između površine ukupnog prihoda i površine ukupnog troška (osenčen pravougaonik na sl.). Profit iznosi 2.000 n.j.

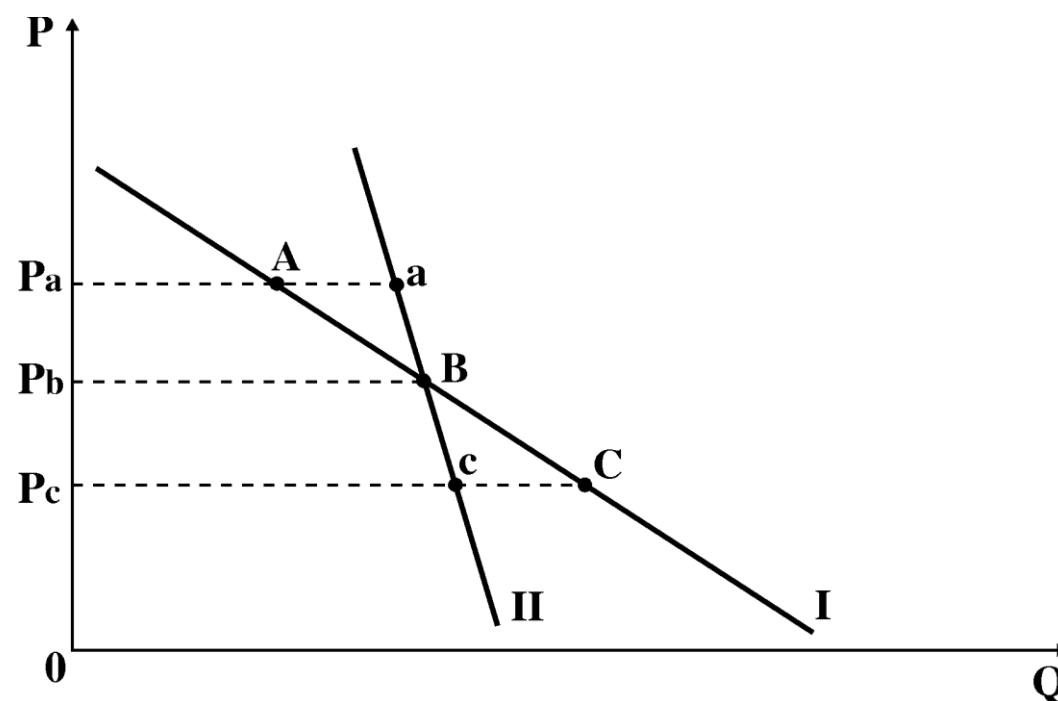


Sl. Maksimiziranje profita u monopolističkoj konkurenciji (kratak rok)

Ispupčena kriva tražnje oligopoliste

Na slici su povučene **dve krive tražnje**. Kriva tražnje I je horizontalnija u odnosu na krivu tražnje II, što odražava odnos između cene i tražene količine **ukoliko drugi oligopolisti u grani ne reaguju na promenu cena od strane pojedinačnog preduzeća**.

Početna pretpostavka je da su ravnotežna cena i količina uspostavljene u tački B u kojoj se seku ove dve krive tražnje. Opadanje cene od P_b na P_c će izazvati promenu tražnje za proizvodima preduzeća iz tačke B u tačku C, na krivi tražnje I. Dolazi do relativno velikog porasta tražnje. Slično, povećanje cene od P_b na P_a će izazvati promenu tražnje za proizvodima preduzeća iz tačke B u tačku A, na krivi tražnje I. Tražnja će se smanjiti u značajnoj meri.

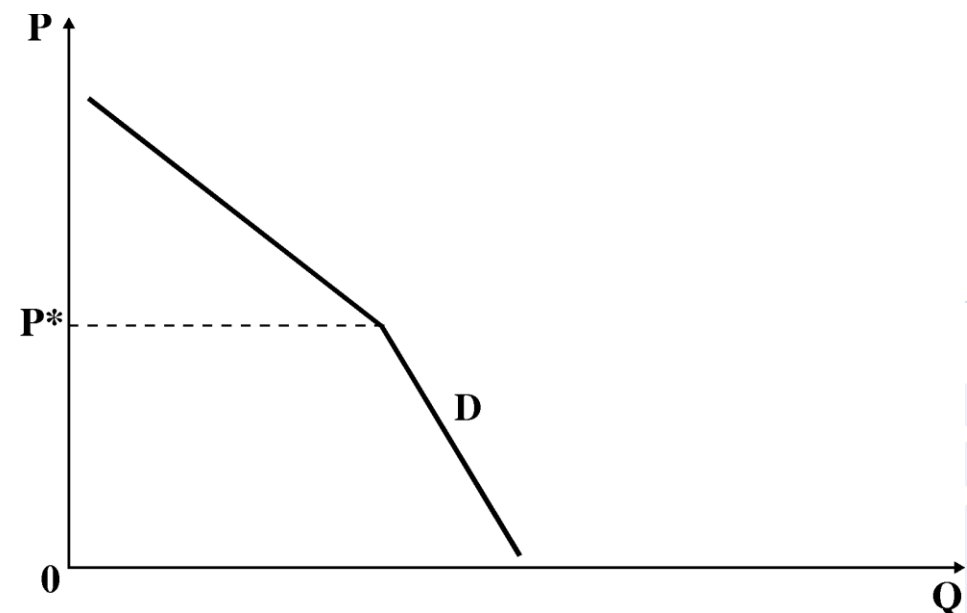


Ispupčena kriva tražnje oligopoliste

Međutim, ukoliko **smanjenje cene od strane jednog preduzeća** izazove druge oligopoliste da i oni snize cene, povećanje prodaje će biti manje nego što je pokazano na krivi tražnje. Umesto pomeranja iz tačke B do tačke C, oligopolista će povećati prodaju samo do tačke koja se asocira sa tačkom c na krivi tražnje II (slika iznad).

U slučaju da **preduzeće odluči da podigne cenu** , više bi mu odgovaralo da ga i druga preduzeća u tome slede. Ovo bi dovelo do smanjenja tražnje od tačke B do tačke a na krivi tražnje II; tražnja se ne bi mnogo smanjila. Međutim, pošto je drugim oligopolistima u interesu da se smanji prodaja rivalskih preduzeća, ovo se neće desiti. Umesto toga, odluka o povećanju cena jednog preduzeća vodi većem smanjenju tražnje, što se može videti na slici pomeranjem iz tačke B do tačke A na krivi tražnje I.

Iz činjenice da drugi oligopolisti odgovaraju na snižavanje cena od strane jednog preduzeća tako što i oni snižavaju cene, ali da ne reaguju na podizanje cene , sledi da se **tipični oligopolista suočava sa krivom tražnje koja je ispupčena u P^*** , a to je ravnotežna tržišna cena.



Hvala na pažnji!

