

ZADATAK 1

I Povežite definiciju i pojam

- | | | |
|-------------------------|----------------------------|---------------------------|
| a) Ponuda | d) Prirodni monopol. | g) Duopson. |
| b) Elastičnost ponude | e) Indikativno planiranje. | h) Oligopol. |
| c) Selektivna funkcija. | f) Ekonomija obima. | i) Savršena konkurencija. |

1. Država svojim ekonomskim merama i instrumentima definiše društveni interes u cilju postizanja privredne stabilnosti i pune zaposlenosti.
2. Tržišna situacija u kojoj postoji na strani ponude mnogo prodavaca i na strani tražnje mnogo kupaca.
3. Određena količina i vrsta materijalnih dobara i usluga koju su prodavci spremni da ponude na prodaju po odgovarajućoj ceni.
4. Jedno preduzeće ima monopolski položaj i u mogućnosti je da zadovoljava potrebe celokupnog tržišta za određenim proizvodom ili uslugom uz niže troškove zbog postojanja ekonomije obima. Primer ovakvih preduzeća su u oblasti proizvodnje i distribucije električne energije, telekomunikacija...
5. Tržišna situacija u kojoj postoje samo dva kupca nasuprot velikom broju prodavaca.
6. Tržište vrši izbor roba i usluga koje su društveno potrebne, a na osnovu odgovarajućih tržišnih informacija.
7. Tržišna situacija u kojoj postoji nekoliko prodavaca na strani ponude i više kupaca na strani tražnje.
8. Povećanje proizvodnje usled povećanja korišćenja svih faktora proizvodnje, što dovodi do smanjenja prosečnih ukupnih troškova na dugi rok.
9. Osetljivost ponude nekog proizvoda, odnosno, mogućnost njenog prilagođavanja na promene cene tog proizvoda.

II Dopunite

1. Duopol je takvo tržišno stanje koje na strani ponude ima _____, a na strani tražnje _____.
Odnosi između duopolista mogu biti: _____.
2. Kada je koeficijent dohodovne elastičnosti tražnje pozitivan reč je _____ dobrima, ako je negativan onda je reč o _____ dobrima.
3. Zbir svih individualnih ponuda je _____.
4. Karakteristike monopolskog tržišta su: _____.
5. Dobra za koja uz ostale nepromenjene faktore, porast dohotka dovodi do porasta tražnje su _____ dobra.
6. Država svojim ekonomskim merama i instrumentima definiše društveni interes u cilju postizanja privredne stabilnosti i pune zaposlenosti. Ovo je _____ planiranje.
7. Na obim i strukturu agregatne ponude utiče _____, dok na ponudu preduzeća utiče _____.
8. Pretpostavke za savršenu konkurenciju su: _____.
5. Kada je koeficijent elastičnosti ponude > 1 , onda je ponuda _____.
6. Kada je koeficijent elastičnosti ponude < 1 , onda je ponuda _____.
7. Kada je koeficijent elastičnosti ponude $= 0$, onda je ponuda _____, kriva ponude je _____.
8. Kada je koeficijent elastičnosti ponude = beskonačno, onda je ponuda _____, kriva ponude je _____.
9. Ako posmatramo tržišna stanja od slobodne konkurencije, preko nepotpune konkurencije, pa do monopola, može se primetiti da se veličina preduzeća _____, dok se broj preduzeća _____.

III Tačno/netačno

1. U slučaju promene cene nekog dobra menja se i njegova ponuda, što uslovljava da se kriva ponude pomera udesno.
2. Monopolista je najčešće jedno veliko preduzeće koje drže najveći deo ponude na tržištu.
3. Preduzeća na tržištu savršene konkurencije na strani ponude prihvataju cenu koja je na tržištu.
4. Postoji savršena konkurencija, ograničena konkurencija i monopoli. U nepotpunu konkurenciju spadaju oligopoli i monopolistička konkurencija.
5. Eksternalije postoje onda kada neko obavlja određene aktivnosti, od kojih drugi mogu imati koristi ili štete, ali ti drugi niti plaćaju niti dobijaju bilo kakvu kompenzaciju povodom tog efekta. Primer, za negativnu eksternaliju je zagađenost izazvano vožnjom automobila, dok za pozitivnu kurs ili trening zaposlenih koji će povećati produktivnost.

6. Elastična ponuda znači da bilo koja promena cene ne izaziva nikakvu promenu u količini ponuđene robe.
7. Monopolističko preduzeće ima neelastičnu krivu tražnje i određuje cenu svojih proizvoda.
8. Kod savršene konkurencije postoji potpuno neelastičnost tražnje.
9. Ukoliko imamo promenu faktora kao što su tehnologija, cene drugih roba, cena inputa, očekivanja, porezi i drugi faktori utiču na pomeranje krive ulevo ili udesno.
10. Ako dođe do povećanja cena, ponuda će se povećati iako je porast troškova proizvodnje veći od porasta cena.

IV Odgovorite:

1. Zamislite ponudu i tražnju za kafom u Londonu. Pretpostavite da cena čaja naglo poraste. Ako je kafa supstitut čaju, šta će se desiti sa cenom (p) i tražnjom za kafom (Q)?

p raste / p pada / p je nepromenjena
Q raste / Q opada / Q ostaje ista

2. Navedite koji su monopoli po nastanku u pitanju.

- a. Proizvodnja oružja _____
- b. Eko turizam _____
- c. Elektroprivreda Srbije (EPS) _____

3. Navedite kom tržišnom stanju pripadaju:

- a. Elektroprivreda Srbije (EPS) _____
- b. Telekom – fiksna telefonija (jedini operater) _____
- c. Mercedes _____
- d. Proizvodnja pšenice _____
- e. Proizvodnja čelika _____

V Zadatak

1. Sledeća tabela pokazuje ponudu čokolada na tržištu na mesečnom nivou.

Cena čokolade	Ponuda čokolade	Ponuda čokolade (1)	Ponuda čokolade (2)
500	10.000	12.000	
400	8.000	10.000	
300	6.000	8.000	
200	4.000	6.000	
100	2.000	4.000	

- a) Na osnovu datih podataka (prve dve koloke, **Cene čokolade i Ponude čokolade**) nacrtajte grafikon krive ponude.
- b) Kako se ponuda menja sa promenom cene čokolade?
- c) Šta će uzrokovati povećanje cene sa 100 na 300 dinara? Pokažite to na grafikonu.
- d) Šta će uzrokovati smanjenje cene sa 400 na 200 dinara? Pokažite to na grafikonu.
- e) Pretpostavimo da je došlo do smanjivanja cena inputa, tačnije do plata radnika zbog ekonomske krize, onda se ponuda povećala. Iznosi povećanja ponude prikazane su u koloni tri (**Ponuda čokolade (1)**). Prikažite ovo na istom grafikonu.
- f) Sada pretpostavimo da je došlo do povećanja cena inputa. Kako se ovo odražava na količinu ponuđene robe, odnosno na ponudu. U koloni 4 (**Ponuda čokolade (2)**) upišite Vaše brojeke i prikažite tu promenu na istom grafikonu isprekidanom linijom.

VI Odgovorite na pitanja

1. Objasnite tržište savršene konkurencije.
2. Definišite ponudu, prikažite skalnu i krivu ponude.
3. Nacrtajte i objasnite Štalbergovu tabelu.
4. Grafički prikažite i objasnite Engleovu krivu. Navedite i objasnite sva četiri Engelova zakona.
5. Objasnite vremensku dimenziju elastičnosti ponude.
6. Definišite i objasnite koeficijent međuzavisnosti cena.

ZADATAK 2

Tema: Tržište, Oligopol, Kartel

OPEC I SVETSKO TRŽIŠTE NAFTE

Nekoliko zemalja proizvodi naftu. Ove zemlje stvorile su oligopol. Oni određuju koliko će da proizvode nafte i po kojim cenama će prodavati naftu.

Zemlje koje najviše proizvode naftu su formirale kartel pod imenom *Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC)*. U ovom kartelu su: Iran, Irak, Kuvajt, Saudijska Arabija i Venecuela. Do 1973. godine priključili su im se i Katar, Indonezija, Libija, Ujedinjeni Arapski Emirati, Nigerija, Ekvador, Alžir i Gabon. Ove zemlje kontrolišu oko tri četvrtine svih svetskih rezervi nafte. Kao i svaki kartel, OPEC pokušava da poveća cenu smanjujući proizvodnju nafte. OPEC pokušava da smanji proizvodnju svake zemlje.

OPEC nastoji da ima visoku cenu za naftu. Ali svaki član kartela je u iskušenju da poveća proizvodnju da bi ostvario veći profit. Članovi OPEC se povremeno dogovaraju oko smanjivanja proizvodnje, ali među članovima ima onih koji varaju pa povećavaju svoju proizvodnju.

OPEC je imala najbolju saradnju među članicama u periodu od 1973. do 1985. godine. Tada su čene nafte porasle sa 2,64 US dolara za barel iz 1972. godine preko 11,17 US dolara u 1974., do 35,10 US dolara u 1981. godini. Ali početkom osamdesetih, članice su počele da se raspravljaju oko nivoa proizvodnje i OPEC je postala neefikasna. Do 1986. godine cena po barelu je pala na 12,52 \$.

OPEC danas nije tako efikasan kao ranije. Nedostatak kooperacije je smanjio profite ovih zemalja, ali je koristio potrošačima u svetu.

Pitanja:

1. Šta je oligopol? Koji su načini poslovanja oligopola?
2. Kada oligopolista određuje cenu šta mora uzeti u obzir?
3. Šta je kartel? Karakteristike poslovanja objasniti na osnovu datog teksta.
4. Kako se odražava delovanje kartela na profite proizvođača, a kako kada se članice kartela ne slažu?

Izvor: Mankiw G. „Principles of Economics“, strana 353.

ZADATAK 3

Tema: Tržište, Monopol, Monopolska konkurencija

MEDICINSKI LEKOVI

Cene proizvoda se različito formiraju na tržištima potpune konkurencije i tržištima nepotpune konkurencije. Neka preduzeća koja proizvode proizvode mogu biti svrstana u oba tržišta.

Velike farmaceutske kuće koje proizvode lekove pronalaze nove lekove uz velike troškove pri razvoju novih proizvoda, a zatim ih patentiraju. Posle isteka patenta novog leka moguć je ulaz na to tržište leka.

Godine 1995. novi lek *Astra-Mercka* za dugotrajno lečenje čira plasiran je na tržište. Taj lek, *Prilosec*, predstavljao je novu generaciju lekova protiv čira. Na tržištu su već postojali drugi lekovi za ovu bolest: *Tagamet* je plasiran 1977., *Zantac* 1983., *Pepcid* 1986., *Axid* 1988. godine. Sva četiri leka su delovala na gotovo isti način, odnosno na smanjivanje želučane kiseline. Međutim, *Prilosec* se razlikovao zbog drugačijeg biohemijskog sastava i bio je daleko produktivniji od ranijih lekova. Do 1996. godine postao je najprodavaniji lek u svetu i nije imao značajnog konkurenta.

1995. godine *Astra-Merck* je dnevnu dozu *Priloseca* naplaćivao oko 3,5 US dolara. Za uporedbu, cene *Tagameta* i *Zantaca* kretale su se od 1,50 do 2,25 US dolara za dnevnu dozu. Graničan trošak proizvodnje i pakovanja *Priloseca* za dnevnu dozu iznosi oko 30 do 40 centi.

Pitanja:

1. Šta je tržište?
2. Koji su tipovi tržišne strukture (konkurencije) opisani u tekstu?
3. Na osnovu teksta objasnite karakteristike tržišnih struktura i razlike između njih. Da li je neko preduzeće zbog proizvodnje određenog leka imalo veću tržišnu moć? Obrazložite Vaš odgovor.
4. Zašto se razlikuju cene lekova? Objasnite kako se formiraju u zavisnosti od tržišne strukture.

Izvor: Pindyck R.S., Rubinfeld D.L., „Mikroekonomija“, strana 334.