

**FAKULTET ZA POSLOVNE STUDIJE I PRAVO,  
UNIVERZITET UNION NIKOLA TESLA U  
BEOGRADU**

**SEMINARSKI RAD**

**Mikroekonomija**

Prof. dr Branko Tesanovic

Pavle Stojicevic(I0224-21)

Smederevo, 9.06.2023.

## UVOD

U ovom seminarskom radu fokusiraćemo se na jedan od oblika tržišne strukture - monopol. Monopol se definiše kao situacija u kojoj jedan proizvođač ili prodavac kontroliše celokupno tržište za određeni proizvod ili uslugu. Ova vrsta tržišne strukture često se susreće sa posebnim izazovima i pitanjima, kako za same monopole, tako i za društvo u celini.

Prvi deo rada bavi se analizom monopolističke firme "Placebo", koja poseduje patent na jedan od svojih pronalazaka. Cilj je istražiti kako monopolistička firma određuje cenu i količinu proizvoda u cilju maksimiziranja svog profita. Kroz crtanje dijagrama, prikazaćemo interakciju između cene, količine i profita Placeba, kao i uticaj rastućeg marginalnog troška na donošenje odluka.

Nakon toga, prelazimo na drugi deo rada koji se fokusira na uticaj oporezivanja na monopolističku firmu Placebo. Uzimajući u obzir uvođenje poreza na proizvedene bočice leka, proučićemo promene u ceni, količini i profitu Placeba. Takođe, razmotrićemo i alternativni scenario u kojem se umesto poreza na svaku bočicu leka uvodi fiksni porez bez obzira na proizvedenu količinu.

Na kraju, analiziraćemo efekte oporezivanja na profit Placeba i objasniti zašto porez može smanjiti profit monopolističke firme.

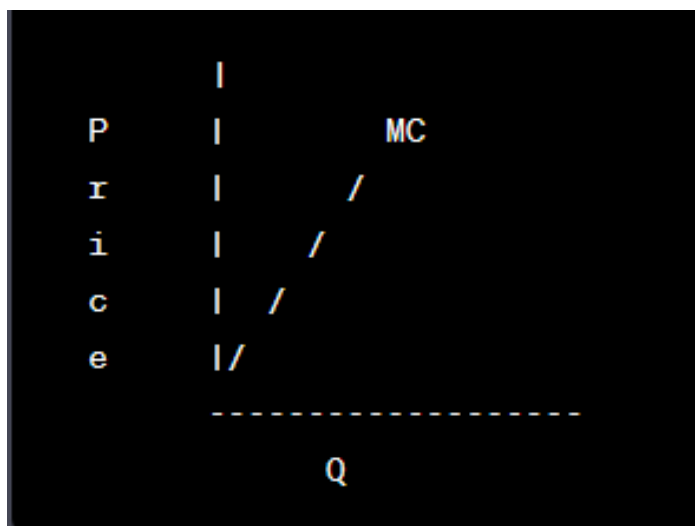
## PITANJA

1. Kompanija za proizvodnju lekova Placebo ima patent na jedan od svojih pronalazaka.

- Uz pretpostavku da proizvodnja leka podrazumeva rastući marginalni trošak, nacrtajte dijagram i prikažite cenu i količinu koje maksimiziraju profit Placeba. Prikažite i profit Placeba.
- Sada pretpostavite da država uvede porez na svaku bočicu proizvedenog leka. Na novom dijagramu prikažite Placebovu novu cenu i količinu. Uporedite ih s odgovorom na pitanje pod (a).
- Mada se to ne vidi lako na vašem dijagramu, porez smanjuje Placebov profit. Objasnite zašto to mora da se desi.
- Umesto poreza na svaku bočicu leka, pretpostavimo da država Placebu uvede porez od 10.000 dolara bez obzira na proizvedeni broj bočica. Kako taj porez utiče na cenu, količinu i profit Placeba?

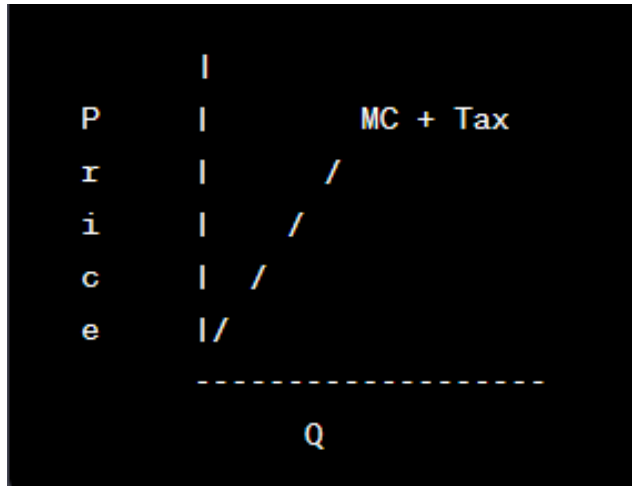
Odgovor:

a) Dijagram za maksimizaciju profita kompanije Placebo uz pretpostavku rastućeg marginalnog troška može izgledati ovako:



Na x-osi je prikazana količina proizvedenih lekova (Q), a na y-osi su prikazane cene (P) i marginalni trošak (MC). Cijena (P) i količina (Q) koje maksimiziraju profit Placeba određuju se na preseku krive potražnje za lekom i krive marginalnog troška. Profit Placeba predstavlja razliku između prihoda od prodaje lekova i ukupnih troškova proizvodnje.

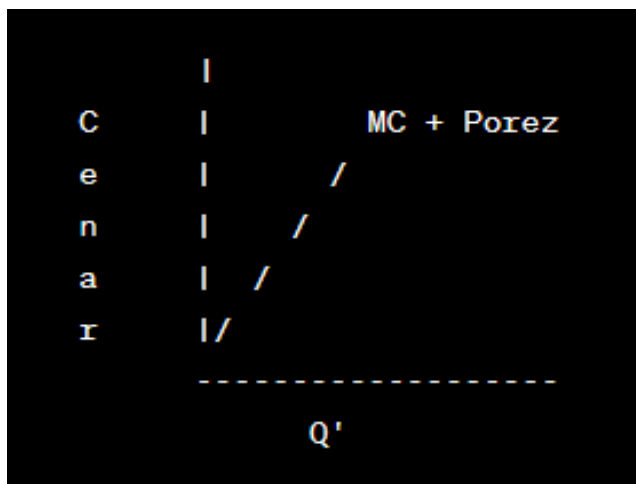
b) Kada država uvede porez na svaku bočicu proizvedenog leka, kriva ponude se pomera prema gore, jer svaka bočica leka sada ima dodatni porez. Novi dijagram bi mogao izgledati ovako:



Novi presek između krive potražnje i pomaknute krive ponude određuje novu cenu (C') i količinu (Q'). Očekuje se da će nova cena biti veća, a nova količina manja u poređenju sa odgovorom na pitanje pod (a).

c) Porez na proizvodnju lekova smanjuje profit kompanije Placebo iz nekoliko razloga. Prvo, povećanje troškova proizvodnje u obliku poreza smanjuje neto prihode kompanije. Drugo, smanjenje količine proizvedenih lekova zbog povećane cene rezultira manjom prodajnom vrednošću. Treće, sam porez na svaku bočicu stvara administrativne troškove i povećava složenost poslovanja.

d) Ako se umesto poreza na svaku bočicu leka uvede fiksni porez od 10.000 dolara bez obzira na broj proizvedenih bočica, dijagram bi izgledao ovako:



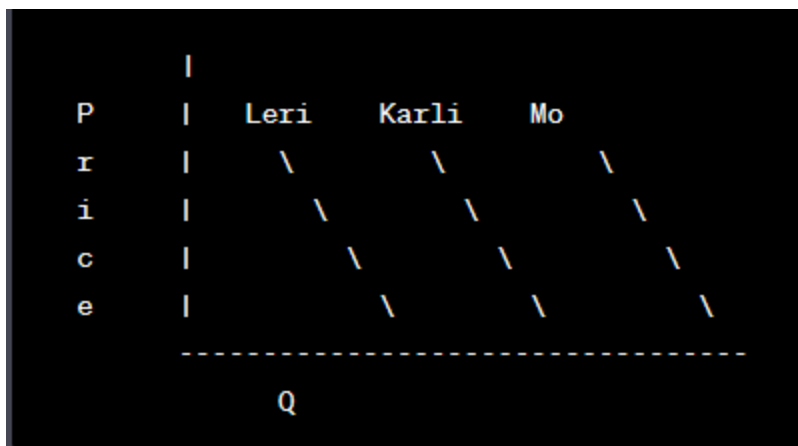
Nova cena ( $C'$ ) i količina ( $Q'$ ) biće određene na osnovu novog preseka krive potražnje i pomaknute krive ponude. Budući da je fiksni porez nezavisan od količine proizvedenih bočica, očekuje se da će novi porez uticati samo na cenu, a ne na količinu. Profit kompanije Placebo će se smanjiti jer su ukupni troškovi povećani porezom.

2. Leri, Karli i Mo drže jedini bife u gradu. Leri želi da proda što više pića bez gubitka. Karli želi da bife donosi što veći prihod. Mo želi najveći mogući profit. Uz pomoć samo jednog dijagrama krive tražnje i troškovnih kriva bifea, pokažite kombinacije cena i količine koje zagovara svaki od tri partnera.

#### Odgovor:

Da bismo prikazali preferencije i ciljeve svakog od partnera (Leri, Karli i Mo), možemo koristiti dijagram koji prikazuje krivu tražnje i troškovne krive bifea.

Dijagram bi mogao izgledati ovako:



Na x-osi je prikazana količina prodatih pića (Q), a na y-osi je prikazana cena (P). Svaki od partnera ima različite ciljeve, pa će njihove preferencije biti prikazane kroz krive na dijagramu.

Leri želi da proda što više pića bez gubitka. To znači da će Leri preferirati niže cene i veće količine. Njegova kriva tražnje će biti nagnuta prema dole, što znači da će preferirati veće količine prodaje po nižim cenama.

Karli želi da bife donosi što veći prihod. To implicira da će Karli preferirati više cene i visoke prihode. Njegova kriva tražnje će biti nagnuta prema gore, što znači da će preferirati više cene za manje količine prodaje.

Mo želi ostvariti najveći mogući profit. To znači da će Mo preferirati kombinaciju cena i količina koja mu donosi najveću razliku između prihoda i troškova. Njegova preferencija će se odraziti u krivoj tražnje koja će biti nagnuta prema gore, ali ne toliko strmija kao Karlijeva kriva.

Na dijagramu možemo videti kako se preferencije svakog partnera ogledaju u njihovim krivama tražnje.

3. AT&T je mnogo godina bio regulisani monopol i pružao je usluge i lokalnog i međunarodnog telefonskog saobraćaja.

a) Objasnite zašto je međugradski telefonski saobraćaj provobitno bio prirodni monopol.

b) Tokom poslednje dve decenije, mnoge kompanije su lansirale komunikacione satelite, od kojih svaki može da prenese ograničeni broj poziva. Kako je sve važnija uloga satelita promenila strukturu troškova u međunarodnom telefonskom saobraćaju? Posle dugotrajne pravne borbe sa državom, AT&T se saglasio da bude otvoren za konkurenciju ostalih kompanija na tržištu međunarodnih telefonskih usluga. Saglasio se i da podeli deo kompanije koji pruža usluge lokalnog telefonskog saobraćaja na nekoliko manjih delova, koji su i dalje strogo regulisani.

c) Zašto konkurencija može da bude efikasna u oblasti usluga međunarodnog telefonskog saobraćaja, a regulisani monopoli u oblasti usluga lokalnog telefonskog saobraćaja?

Odgovor:

a) Međugradski telefonski saobraćaj je prvobitno bio prirodni monopol zbog nekoliko faktora. Prvo, postavljanje i održavanje telefonske mreže za međugradsku komunikaciju zahtevalo je značajna ulaganja u infrastrukturu. Izgradnja i održavanje takve mreže zahtevalo je velika finansijska sredstva i stručnost. Drugo, smanjenje troškova povezano sa povećanjem obima poslovanja pružaocima usluga međugradskog telefonskog saobraćaja omogućavao je da ostvare značajne ekonomske prednosti u odnosu na potencijalne konkurente. Ovi faktori stvarali su prepreke za ulazak novih konkurenata i činili tržište međugradskog telefonskog saobraćaja pogodnim za formiranje monopolističke strukture.

b) Ulazak mnogih kompanija u lansiranje komunikacionih satelita promenio je strukturu troškova u međunarodnom telefonskom saobraćaju. Sateliti su omogućili prenošenje poziva na velike udaljenosti bez potrebe za izgradnjom i održavanjem tradicionalne telefonske infrastrukture. To je smanjilo troškove u međunarodnom telefonskom saobraćaju, jer je moguće preneti više poziva bez dodatnih ulaganja u infrastrukturu. Smanjenje troškova pružanja usluga međunarodnog telefonskog saobraćaja otvorilo je prostor za više konkurencije na tržištu.

AT&T je pristao da bude otvoren za konkurenciju ostalih kompanija na tržištu međunarodnih telefonskih usluga i podelio je deo kompanije koji pruža usluge lokalnog telefonskog saobraćaja na nekoliko manjih delova. To je rezultiralo strogom regulacijom tih manjih delova, dok je međunarodni telefonski saobraćaj postao tržište otvoreno za konkurenciju. Ova promena strukture troškova i regulative omogućila je veću konkurenciju i potencijalno smanjenje cena i poboljšanje kvaliteta usluga na tržištu međunarodnih telefonskih usluga.

c) Konkurencija može biti efikasna u oblasti usluga međunarodnog telefonskog saobraćaja zbog nekoliko faktora. Prvo, tehnološki napredak, kao što su komunikacioni sateliti, omogućava pružanje usluga bez potrebe za velikim ulaganjima u infrastrukturu, što otvara

prostor za više konkurenata. Drugo, međunarodni telefonski saobraćaj često prelazi granice država, a različite države mogu imati različite pružaoce usluga. Ova situacija stvara konkurenciju između različitih pružalaca usluga koji se takmiče za međunarodne pozive. Treće, međunarodni

telefonski saobraćaj često podleže međunarodnim regulativama i ugovorima koji regulišu trgovinu i komunikaciju između država, što takođe može podržati konkurenciju.

S druge strane, regulisani monopoli u oblasti lokalnog telefonskog saobraćaja opravdani su nekoliko faktora. Prvo, lokalni telefonski saobraćaj često zahteva gustu infrastrukturu i mrežu koja pokriva određeno područje. Održavanje takve mreže zahteva značajna ulaganja i troškove, što može stvoriti prepreke za ulazak novih konkurenata. Drugo, lokalni telefonski saobraćaj često podleže regulativama i kontrolama koje se odnose na javnu infrastrukturu i pristup vitalnim uslugama. Regulacija može biti nametnuta kako bi se osigurala pristupačnost, kvalitet i stabilnost lokalnih telefonskih usluga za građane.

## **ZAKLJUČAK:**

U ovom seminarskom radu smo se fokusirali na analizu monopolističke firme Placebo, koja ima patent na jedan od svojih pronalazaka, i istražili kako tržišna struktura utiče na određivanje cene, količine i profita.

Nakon analize tržišta i prikaza dijagrama, zaključili smo da monopolistička firma Placebo, uz pretpostavku rastućeg marginalnog troška, maksimizira svoj profit postavljanjem cene i količine na tačku gde je marginalni prihod jednak marginalnom trošku.

Zatim smo proučili uticaj poreza na proizvedenu količinu leka i profit Placeba. Uvođenje poreza na svaku bočicu leka smanjuje količinu proizvedenih lekova i ukupni profit Placeba, dok uvođenje fiksnog poreza nezavisno od proizvedene količine takođe ima sličan efekat.

Kroz ove analize, jasno je da porezi na proizvodnju mogu značajno uticati na profitabilnost monopolističke firme i da mogu dovesti do smanjenja proizvodnje i ukupnog društvenog blagostanja.



Izučavanje mikroekonomije nam pomaže da shvatimo kako tržišne strukture i regulacije utiču na ponašanje firmi, potrošača i društva u celini. Razumevanje ovih principa je od vitalnog značaja za efikasno funkcionisanje tržišta i postizanje optimalnih ekonomskih rezultata.

Uzimajući u obzir sve faktore i analize iznete u ovom radu, možemo zaključiti da je važno razumeti ponašanje monopolističkih firmi i efekte tržišne strukture kako bi se doneli informisani ekonomski zaključci.

## LITERATURA

Mankju, N. G. (2014). Principi ekonomije: treći deo

Osnovi mikroekonomije – Branko Tešanović

Mankju, N. G. (2011). Osnovi ekonomije

Nenadić, N., & Đukić, M. (2015). Mikroekonomija. Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

Đukić, M., & Nenadić, N. (2018). Industrijska organizacija i konkurencija. Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu