

# Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima savršene konkurencije

---

**Majić, Laura**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:676782>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-21**



*Repository / Repozitorij:*

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij, smjer Ekonomska politika i regionalni razvitak

Laura Majić

**Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima savršene  
konkurencije**

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Ekonomski fakultet u Osijeku  
Sveučilišni prijediplomski studij, smjer Ekonomska politika i regionalni razvitak

Laura Majić

**Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima savršene  
konkurencije**

Završni rad

**Kolegij: Mikroekonomika**

JMBAG: 0267043950

e-mail: lauramajic23@gmail.com

Mentor: Prof. dr. sc. Ivan Kristek

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
Undergraduate Study, Economics Policy and Regional Development


Laura Majić

**SHORT-TERM AND LONG-TERM BALANCE UNDER  
PERFECT CONDITIONS COMPETITION**

Final paper

Osijek, 2024.

**IZJAVA**  
**O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,**  
**PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,**  
**SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA**  
**I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni  
(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studenta/studentice:** Laura Majić

**JMBAG:** 0267043950

**OIB:** 61125606384

**e-mail za kontakt:** lauramajic23@gmail.com

**Naziv studija:** Ekonomska politika i regionalni razvoj

**Naslov rada:** Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima savršene konkurencije

**Mentor/mentorica rada:** Prof. dr. sc. Ivan Kristek

U Osijeku, 2024. godine

Potpis Laura Majić

## SAŽETAK

Konkurencija je središnji pojam u ekonomiji koji oblikuje dinamiku tržišta i potiče ekonomski razvoj. U okviru koncepta konkurencije, postoji niz tržišnih struktura koje karakteriziraju različite razine konkurencije. Jedna od tih struktura je savršena konkurencija. Savršena konkurencija predstavlja idealiziranu tržišnu strukturu u kojoj postoji veliki broj malih proizvođača i potrošača koji trguju homogenim proizvodima. Ova tržišna struktura karakterizira slobodan ulazak i izlazak s tržišta, što znači da poduzeća mogu lako ući na tržište ako vide mogućnost ostvarivanja profita, ali i izići s tržišta ako poslovanje postane neprofitabilno. Cilj ovog istraživanja je detaljnije proučiti kratkoročnu i dugoročnu ravnotežu u uvjetima savršene konkurencije. Kratkoročna ravnoteža odnosi se na trenutno stanje na tržištu u kojem se cijene i količine proizvoda uspostavljaju na temelju trenutne ponude i potražnje. S druge strane, dugoročna ravnoteža odnosi se na dugoročno usklađivanje tržišta, u kojem se poduzeća prilagođavaju promjenama u uvjetima poslovanja kako bi postigli dugoročnu stabilnost.

**Ključne riječi:** konkurencija, savršena konkurencija, kratkoročna ravnoteža, dugoročna ravnoteža

## **ABSTRACT**

Competition is a central concept in economics that shapes market dynamics and promotes economic development. Within the concept of competition, there are various market structures that characterize different levels of competition. One of these structures is perfect competition. Perfect competition represents an idealized market structure in which there are a large number of small producers and consumers trading homogeneous products. This market structure is characterized by free entry and exit, meaning that businesses can easily enter the market if they see an opportunity for profit, but they can also exit the market if their business becomes unprofitable. The aim of this research is to examine in more detail the short-term and long-term equilibrium conditions in perfect competition. Short-term equilibrium refers to the current state of the market in which prices and quantities of products are determined based on current supply and demand. On the other hand, long-term equilibrium refers to the long-term adjustment of the market, in which companies adapt to changes in business conditions in order to achieve long-term stability.

**Keywords:** competition, perfect competition, short-term equilibrium, long-term equilibrium

# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada .....	2
2.1. Predmet rada .....	2
2.2. Metode istraživanja.....	2
3. Tržišne strukture .....	3
3.1. Monopol .....	4
3.2 Oligopol .....	5
4. Savršena konkurencija .....	6
5. Kratkoročna ravnoteža u savršenoj konkurenciji .....	7
6. Dugoročna ravnoteža u savršenoj konkurenciji .....	10
7. Faktori koji utječu na dugoročnu i kratkoročnu ravnotežu .....	12
8. Analiza tržišnih promjena u dugoročnoj i kratkoročnoj ravnoteži.....	13
9. Zaključak .....	15
Popis literature .....	16
Popis slika.....	17



## 1. Uvod

Mjesto na kojemu se susreću ponuda i potražnja naziva se tržište, a razliku između svih struktura čini broj ponuđača, odnosno broj proizvođača na tržištu. Postoje četiri primarne tržišne strukture, a u njih spadaju savršena konkurencija, monopolistička konkurencija, oligopol i monopol.

Monopol je tržišna struktura koja podrazumijeva postojanje jednog proizvođača ili ponuđača jedinstvenog dobra. Drugim riječima, to je tržišna situacija u kojoj jednu granu čini jedno poduzeće. Monopol ima određene mjere i karakteristike kojima se vodi, a one podrazumijevaju tržišnu situaciju u kojoj nema konkurencije, te na temelju toga ponuđač regulira cijene proizvoda. Način na koji ponuđač određuje ili kontrolira cijenu proizvoda proizlazi iz mogućnosti povećanja ili smanjenja ponuđene količine robe. Važno je istaknuti kako na tržištu poput monopola, svaki proizvod mora biti unikatan i ne postoji njegov supstitut. Sasvim suprotna tržišna struktura monopola je savršena konkurencija koja predstavlja tržišnu situaciju s najvećom mogućom konkurencijom. Ona se definira kao teorijski model idealno zamišljene slobodne konkurencije po načelu „nevidljive ruke“ Adama Smith-a. Ako savršena konkurencija postoji na tržištu, onda ona postoji samo ako se ispune uvjeti postojanja velikoga broja malih poduzeća koji trguju homogenim proizvodima, slobodnim kretanjem resursa – bez zapreka i potpunom obaviještenosti poduzeća o tržišnim uvjetima. Isto tako bitno je naglasiti kako promjenljivost ili nepromjenljivost proizvodnih čimbenika ovisi o vremenskom roku u kojem se promatraju, pa tako imamo kratko vremensko razdoblje i dugo vremensko razdoblje. Kratki rok definira razdoblje u kojem proizvođač ima mogućnost mijenjati veličinu određenih čimbenika proizvodnje poput rada, dok su veličine drugih inupta nepromjenljivog karaktera poput kapitala. Dugi rok pak predstavlja razdoblje u kojem su svi proizvodni čimbenici (rad, kapital, zemlja) promjenljivog karaktera. U nastavku završnog rada detaljnije će se istražiti kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima savršene konkurencije.

## **2. Metodologija rada**

Za potrebe ovog završnog rada koristiti ćemo metodologiju koja se temelji na analizi tržišnih struktura s naglaskom na savršenu konkurenciju.

### **2.1. Predmet rada**

Detaljna analiza kratkoročne i dugoročne ravnoteže u uvjetima savršene konkurencije. U radu je opisano proučavanje načina uspostavljanja ravnoteža na tržištu gdje postoji velik broj malih proizvođača i potrošača. Proizvodi na takvom tržištu su homogeni gdje im se cijena diktira određenim zakonima ponude i potražnje

### **2.2. Metode istraživanja**

U svrhu istraživanja, koristili smo analitičke metode za analiziranja različitih tržišnih struktura. Deskriptivne metode za detaljan opis procesa uspostavljanja kratkoročne i dugoročne ravnoteže. Metode indukcije i dedukcije radi donošenja zaključka na temelju postavljenih činjenica. Pomoću metode specijalizacije smo analizirali manje pojmove preko kojih se grade pojmovi većeg sadržaja, ali manjeg opsega.

### 3. Tržišne strukture

Kao što znamo ponuda, a time i sama proizvodnja dobara i usluga od strane poduzeća se ostvaruje u različitim uvjetima, polazeći od grana koje uključuju velik broj malih poduzeća, preko grana u kojima dominira nekoliko velikih poduzeća, do grana u kojima postoji samo jedan proizvođač. „Takvi različiti uvjeti, koji se nazivaju tržišnim stanjima od velike su važnosti za ponudu dobara i usluga. Prema tome, tržišna struktura je pojam kojim se opisuje način organiziranja i karakter određenog tržišta ili određene gospodarske grane. Pripadnost nekoj tržišnoj strukturi govori o tome kakav je tržišni položaj gospodarskih subjekata u određenoj grani, posebice u vezi s tim postoji li ili ne konkurencija. Pripadnost jednog poduzeća određenoj tržišnoj strukturi govori o stupnju konkurencije na tržištu proizvoda ili usluge koju to poduzeće nudi kupcima radi prodaje.

Analiza tržišta se posebice bavi onim pitanjima tržišne strukture koja imaju bitan utjecaj na ponašanje ponuđača i kupaca, kao i na uspješnost funkcioniranja i ponašanja tržišta. Karić (2007) navodi neke od značajki svake tržišne strukture:

- Broj ponuđača i njihov sastav po veličini koji ukazuje na razinu koncentracije prodavatelja na tržištu,
- Broj kupaca i njihov stav po veličini koji ukazuje na razinu koncentracije kupaca na tržištu,
- Narav proizvoda koji se nudi – je li standardizirano dobro ili usluga ili se nudi u brojnim deficitarnim oblicima,
- Uvjet ulaska na tržište (razina do koje postojeći ponuđači imaju prednost u odnosu na nove koji bi mogli ući zbog zapreka ulasku),
- Zapreke za napuštanje tržišta (čimbenici koji potiču ponuđače da ostanu na tržištu, čak i u slučaju nepovoljnih okolnosti),
- Stupanj okomite integracije, to jest razina do koje ponuđači zadovoljavaju svoje potrebe za resursima iz vlastite proizvodnje, ili se bave daljnjim fazama procesa proizvodnje li vlastitom prodajnom mrežom.

### 3.1. Monopol

Monopol predstavlja najekstremniji slučaj nesavršene konkurencije, odnosno struktura tržišta ponude na kojemu određene vrste proizvoda ili usluga nudi samo jedan proizvođač. Riječ monopol proizlazi od grčkih riječi “mono” što znači “jedan” te “polein” što znači “prodavati”, ali kako u teoriji, tako i u praksi, monopol ne mora nužno značiti samo jedno. Postoji više značenja pa ga možemo definirati i kao postojanje jednog proizvođača jedinstvenog dobra koji je, na ovaj ili onaj način, zaštićen od pojave potencijalne konkurencije.

Možemo razlikovati monopole s obzirom na različite načine onemogućavanja konkurencije, a to su zakonski monopol, prirodni monopol, te ekonomski. Zakonski monopol nastaje na osnovi zakonom utvrđenih povlastica, poput patenta, licenci i koncesija, dok prirodni monopol nastaje kada jedno poduzeće monopolizira prirodne resurse.

Kako bismo mogli regulirati ili ograničavati monopol, potrebno je poznavanje bitnih obilježja takvog ponašanja. Karić (2007) ističe četiri bitna obilježja monopola:

- U grani postoji samo jedan proizvođač određene vrste proizvoda ili usluga,
- Proizvođač može određivati ili kontrolirati cijenu proizvoda ili usluge mijenjanjem ponuđene količine,
- Postojanje jakih zapreka ulaska novih proizvođača u granu,
- Jedinstvenost proizvoda radi ne postojanja odgovarajuće bliske zamjene ili supstituta na tržištu.

## 3.2 Oligopol

Riječ oligopol je izvedena iz grčkih riječi “oligos” i “polein”, koje znače “malo onih koji prodaju”. Oligopol je tržišna struktura u kojoj posluje mali broj poduzeća koje karakterizira međuovisnost. To je tržište koje predstavlja stanje dominacije nekoliko proizvođača homogenog ili diferenciranog proizvoda. Oligopol sadrži elemente i savršene konkurencije i tržišta monopola.

Jedno od ključnih obilježja oligopola je svakako i ograničena mogućnost izbora za kupce. Što podrazumijeva da je kupčev izbor između prodavatelja ili proizvođača ograničen na razmjerno mali broj. Ograničavanje kupca na razmjerno mali broj prodavatelja povećava potencijalnu tržišnu moć proizvođača.

Postoji razlika kod određivanja cijena u potpunoj konkurenciji, monopolu i oligopolu. Kod potpune konkurencije cijene su određene djelovanjem zakona ponude i potražnje. Svaki je ponuđač „price taker“ (preuzimatelj cijene) zato što ne može utjecati na cijenu proizvoda. S druge strane u monopolu je ponuđač „price maker“ (određivač cijene) zato što ima mogućnost biranja i određivanja cijene po kojoj će prodavati svoj proizvod. U oligopolu ponuđač je „price searcher“ (tražitelj cijene) zato što njegovo određena cijena ovisi o tome kako će na nju reagirati konkurencija. U ovoj situaciji kada bi oligopolist snizio cijenu, njegova konkurencija slijedila bi njegov čin i time izazvala rat cijena na tržištu. Ukoliko oligopolist odluči povećati cijenu proizvoda, njegovi konkurenti ga mogu slijediti ili ne reagirati, te ga ostaviti u uvjetima elastične potražnje.

Oligopol može imati dva oblika, prema vrsti proizvoda i usluga koje nudi, a to su; čisti oligopol i diferencirani oligopol. Čisti ili savršeni oligopol predstavlja tržišnu situaciju u kojoj ponuđači nude istovjetne, standardizirane proizvode koji se nalaze na tržištu proizvodnih dobara kao što su sirovine, dijelovi i slično. Diferencirani ili nesavršeni oligopol definira tržišnu situaciju u kojoj ponuđač nudi slične, heterogene proizvode. Riječ je o ponešto različitim dobrima, ali istovremeno i dobrim supstitutima.

## 4. Savršena konkurencija

„U uvjetima konkurencije, ponuda i potražnja djeluju jedan na drugu pri određivanju cijena dobara, usluga, novca, kapitala, zemlje i rada. Budući da konkurentske grane imaju velik broj prodavatelja koji nisu organizirani tako da bi bili u stanju utjecati na cijenu, cijene se određuju bezlično i automatski ukupnom ponudom svih prodavatelja i ukupnom potražnjom svih kupaca na tržištu. Jedanput kada je na tržištu cijena proizvoda određena, svi proizvođači i prodavatelji će morati držati svoje cijene na razini tržišne cijene ili vrlo blizu nje, kako bi bili konkurentni.“ (Karić, 2007:151).

Ferenčak (2003) smatra kako je savršena konkurencija ekstremni i najoštriji oblik konkurencije te ističe kako se za nju često zna reći kako je gotovo tek teorijski moguća. „Naime, savršena konkurencija ili tržište savršene konkurencije razumijeva:

- Postojanje velikog broja proizvođača istog dobra,
- Postojanje velikog broja kupaca,
- Ničim ograničenu mobilnost svih resursa pa dakle, i poduzeća slobodno ulaze i napuštaju tržište,
- Savršenu obaviještenost kupaca i proizvođača o svim relevantnim tržišnim podacima (i proizvođači i potrošači su upoznati s cijenama dobara i inputa, te su u stanju uvijek kupiti po najnižoj cijeni).

Ova temeljna obilježja savršene konkurencije pomoći će u razotkrivanju ostalih specifičnosti savršene konkurencije.“ (Ferenčak, 2003:131).

U ekonomskoj teoriji, koncept savršene konkurencije predstavlja idealno tržišno stanje gdje nijedno poduzeće ne nadmašuje drugo, te su svi subjekti ravnopravni. Ovo se razlikuje od svakodnevnog razumijevanja konkurencije, gdje se pod pojmom podrazumijeva borba za prevlast na tržištu. Koutsoyiannis (1996) ukazuje na ovu ključnu razliku, naglašavajući da se u stvarnosti konkurencija često povezuje sa suparništvom, dok teorijski pojam savršene konkurencije podrazumijeva njegovo odsustvo.

Karić (2007) navodi kako se tržišna struktura, koju čini velik broj malih poduzeća koji međusobno konkuriraju, naziva i atomiziranom konkurencijom. U takvoj konkurenciji količine proizvoda koje nude pojedini prodavatelji su male, u odnosu na ukupnu količinu u optjecaju, toliko da one nemaju utjecaja na cijenu svojim promjenama.

## 5. Kratkoročna ravnoteža u savršenoj konkurenciji

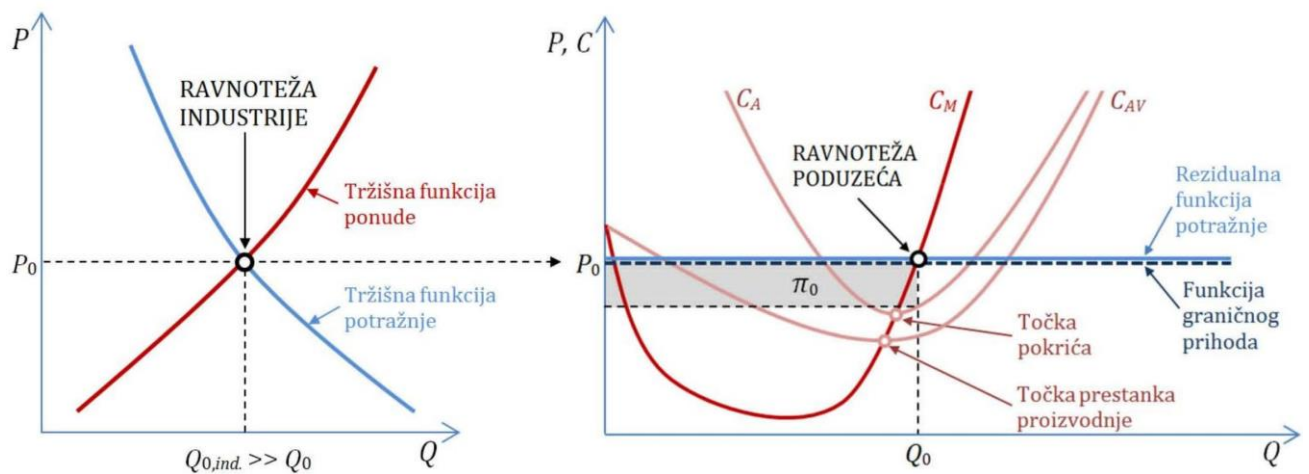
Kako bismo opisali kratkoročnu ravnotežu u savršenoj konkurenciji Sabolić (2013) uvodi pretpostavke za model s određenim pravilima:

- na ponudbenoj strani tržišta djeluje beskonačan broj proizvođača, od kojih svaki pojedinačno ima beskonačno mali tržišni udio, tako da nema mogućnost strateškog utjecaja na količine i cijene na tržištu, pa mora prihvatiti tržišnu cijenu kao varijablu zadanu vanjskim faktorima, uslijed čega je za svakog proizvođača rezidualna potražnja savršeno elastična,
- svi potrošači i proizvođači su savršeno informirani, ali ne surađuju,
- svi potrošači i proizvođači su racionalni,
- ne postoje transakcijski troškovi.

Znamo da:

- kod savršeno elastične potražnje, krivulja potražnje je horizontalni pravac.
- ako je funkcija potražnje pravac, funkcija graničnog prihoda također je pravac s istim hvatištem na ordinati i dvostruko strmijim padom. To znači da je uz savršeno elastičnu potražnju graf funkcije graničnog prihoda identičan horizontalno položenom pravcu funkcije potražnje.
- uvjet prvog reda za maksimalizaciju profita zahtijeva jednakost graničnog troška i graničnog prihoda.
- uvjet drugog reda za maksimalizaciju profita zahtijeva da u točki ravnoteže krivulja graničnog troška ima pozitivniji nagib od krivulje graničnog prihoda.
- krivulja graničnog troška ima udubljen oblik, te siječe redom odozdo udubljene krivulje prosječnog varijabilnog, te prosječnog, troška, i to u njihovim minimumima.

Slika 1 Ravnoteža cijele industrije, kao i pojedinačnog proizvođača, te njihov međuodnos (prema: Dubravko Sabolić, Tržišne strukture I: Savršena konkurencija i monopol, 2013.)



Iz lijeve slike možemo uočiti kako je tržišna funkcija potražnje opadajuća, a tržišna funkcija ponude rastuća. Rezultat takvog tržišta proizlazi iz nehomogenih preferencija potrošača gdje se ravnoteža industrije nalazi na presjeku navedenih dviju funkcija. Prisjetimo se kako smo ranije pretpostavili da tržište snabdijeva beskonačan broj proizvođača i da pojedinačni proizvođači ne surađuju, zaključujemo da točka ravnoteže industrije nije podložna promjenama utjecajem ovih funkcija. Svi proizvođači moraju prihvatiti tržišnu cijenu  $P_0$  kao zadanu, pa je s toga rezidualna funkcija potražnje beskonačno elastična. Kada kažemo da je potražnja beskonačno elastična želimo ukazati na utjecaj čak i najmanjeg povećanja cijene iznad tržišne cijene  $P_0$  koji bi doveo do toga da kupci prestanu kupovati od određenoga proizvođača. Količina proizvoda koje proizvodi cijela industrija u ravnoteži označena je kao  $Q_{0,ind.}$ , što je znatno veća količina u odnosu na ono što proizvodi pojedinačno poduzeće ( $Q_0$ ). Svako poduzeće u uvjetima savršene konkurencije proizvodi onaj obujam koji maksimizira njegov profit. Taj obujam se postiže na točki gdje se sijeku krivulje graničnog prihoda i graničnog troška poduzeća.

Na desnoj slici prikazano je kako se krivulje graničnog prihoda i graničnog troška sijeku u dvije točke, ali poduzeće odabire onu na uzlaznom dijelu krivulje graničnog troška. To je zato što poduzeće može maksimizirati svoj profit samo ako posluje u uvjetima rastućih graničnih troškova, tj. kad povećava proizvodnju dok troškovi rastu po jedinici.



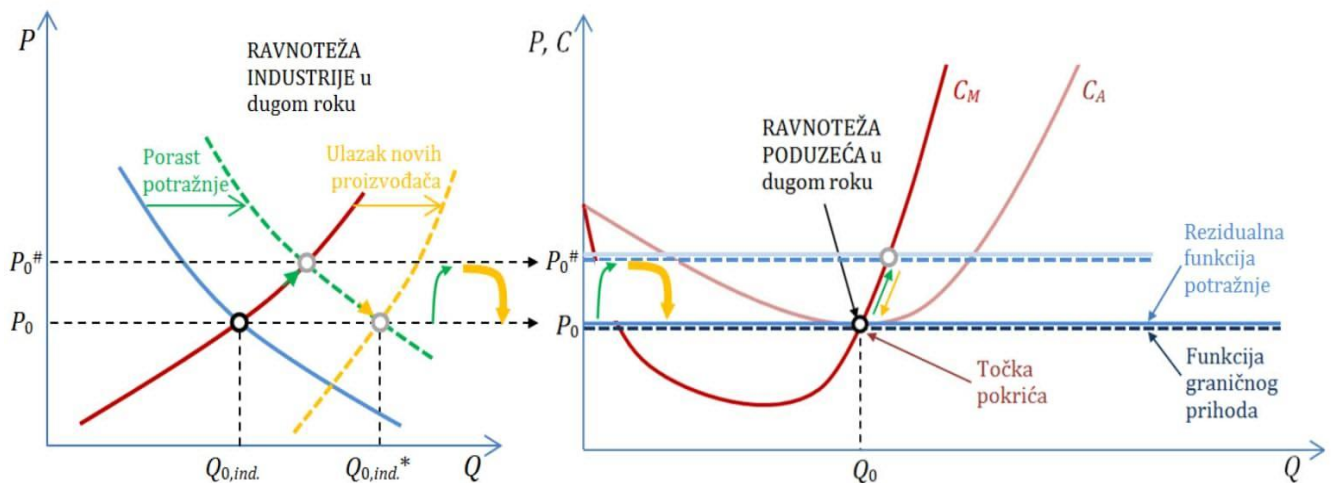
Budući da pojedinačno poduzeće nema nikakav utjecaj na cijenu u savršenoj konkurenciji, ono se mora prilagoditi tržišnoj cijeni. Ako cijena padne ispod njegovih troškova, poduzeće može prestati s proizvodnjom jer bi poslovalo s gubitkom, a ako cijena poraste poduzeće može povećati obujam proizvodnje i ostvarivati veći profit.

## 6. Dugoročna ravnoteža u savršenoj konkurenciji

Da bi smo analizirali što se događa na savršeno konkurentnom tržištu u dugom roku uvest ćemo pretpostavke; da na ponudbenoj strani djeluje beskonačan broj proizvođača koji nemaju utjecaj na količine i cijene proizvoda na tržištu pa prihvaća tržišnu cijenu, uslijed čega je za svakog proizvođača rezidualna potražnja savršeno elastična. Svi proizvođači imaju identične funkcije troškova, savršeno su informirani, ali ne surađuju. Ne postoje troškovi ulaska i izlaska na tržište, a svi proizvođači i potrošači su racionalni.

Važna dopuna ovog modela je nepostojanje troškova prilikom početka ili prestanka rada proizvođača. Naime, to znači da savršeno konkurentno tržište u dugom roku nema profit. Kada je profit maksimaliziran, onda je on jednak nuli. Možemo zamisliti da je dugoročna ravnoteža za sva poduzeća definirana u točki pokrića tj. u točki minimuma funkcije prosječnog troška. Sva su se poduzeća tehnološki prilagodila tržišnim uvjetima, minimizirajući troškove na razinu tržišne cijene. Poduzeće će u tom trenutku ostvariti profit točno jednak nuli, zato što je u toj točki tržišna cijena jednaka prosječnom trošku.

Slika 2 Savršeno konkurentno tržište u dugom roku (prema: Dubravko Sabolić, Tržišne strukture I: Savršena konkurencija i monopol, 2013.)



Pretpostavimo da se zbog promjene preferencije potrošača poveća potražnja za proizvodom. To se na promatranoj lijevoj slici vidi kao pomak krivulje potražnje nadesno. Zbog toga će se tržišna cijena povećati s  $P_0$  na  $P_0^\#$ , gdje će se i rezidualna funkcija potražnje promatranog poduzeća podići s razine  $P_0$  na  $P_0^\#$  kao što možemo vidjeti na desnoj slici.

Ravnoteža poduzeća pomicati će se po krivulji graničnog troška zato što poduzeća nastoje maksimalizirati profit, prema gore i desno. U tom području će nova tržišna cijena biti veća od prosječnog troška, pa će stoga poduzeća početi ostvarivati profit. Ostvarivanje profita poduzeća, otvoriti će priliku i potaknuti ulazak novih proizvođača na tržište. A sam dolazak proizvođača prouzročiti će povećanje ponude, pomak krivulje ponude nadesno, pa će se cijena vratiti na staru razinu  $P_0$ , kao i rezidualna funkcija potražnje. Poduzeća će se vratiti točno u raniju točku ravnoteže u kojoj im je profit jednak nuli.

Iako je savršena konkurencija teorijski ideal, u stvarnosti poduzeća rijetko uspijevaju dugoročno opstati s cijenama koje su jednake njihovim graničnim troškovima. To je zato što poduzeća, osobito ona koja posluju na tržištima s ograničenom elastičnošću potražnje, moraju pokriti sve svoje fiksne troškove (troškovi koji ne variraju s razinom proizvodnje), što je teško ostvariti ako su cijene jednake graničnim troškovima. Time se nameće pitanje kako poduzeće može ostvariti profit koji mu omogućava dugoročno poslovanje.

## **7. Faktori koji utječu na dugoročnu i kratkoročnu ravnotežu**

Dugoročna i kratkoročna ekonomska ravnoteža oblikovane su različitim faktorima koji djeluju na proizvodne kapacitete i ekonomski potencijal.

U ekonomiji kratkoročna ravnoteža je podložna faktorima poput promjene u potrošnji potrošača, cijene sirovina i promjene u fiskalnim i monetarnim politikama. Takvi faktori imaju najveći utjecaj na kratkoročne ekonomske aktivnosti. Na primjer, nagli porast potrošnje može dovesti do privremenog povećanja proizvodnje, dok rast cijena sirovina može uzrokovati inflacijski pritisak. Važno je spomenuti da i promjene poput poreznih ili kamatnih stopa brzo se odraze na ekonomsku aktivnost u kratkom roku.

Suprotno kratkoročnoj, dugoročna ravnoteža ovisi o dubljim strukturnim faktorima.

Faktori proizvodnje poput radne snage, opreme i prirodnih resursa su važni za dugoročni ekonomski potencijal, gdje promjene koje utječu na proizvodne kapacitete pronalazimo u populaciji, razini obrazovanja i stopama sudjelovanja radne snage. Ulaganjem u takve faktore, kroz infrastrukturu, strojeve i tehnologiju, ili otkriće novih i iscrpljivanje postojećih prirodnih resursa uvelike doprinosi dugoročnoj ravnoteži. Stalni naponi u istraživanju i razvoju u tehnološkom smislu omogućuju prilagodbu novim izazovima i prilikama. Jednako tome, pozitivan ili negativan utjecaj na dugoročni ekonomski potencijal imaju političke i institucionalne promjene. Na primjer, ulaganja u obrazovanje i obuku igra važnu ulogu u jačanju ljudskog potencijala, ali i regulatorno okruženje koje uključuje promjene u poslovnim regulacijama, trgovinskim politikama i vlasničkim pravima.

Ono što je važno istaknuti kod dugoročne ravnoteže je da strukturne promjene poput industrijskih pomaka i demografskih trendova imaju dubok i snažan utjecaj na ravnotežu. Tranzicija iz proizvodno orijentiranog gospodarstva u uslužni sektor ili neku novu industriju, može promijeniti putanju rasta. Demografski trendovi poput starenja stanovništva ili promjene u migracijskim obrascima utječu dugoročno na ekonomsku stabilnost i tržište rada.

## **8. Analiza tržišnih promjena u dugoročnoj i kratkoročnoj ravnoteži**

Razlika između kratkoročne i dugoročne ravnoteže leži u fleksibilnosti prilagodbe na promjene u tržišnim uvjetima. Upravo ona ima značajni utjecaj na dinamiku cijena, proizvodnju, i ponašanje sudionika na tržištu.

- **Fleksibilnost prilagodbe**

U kratkom roku, mnogi proizvodni čimbenici su fiksni. Na primjer, kapacitet proizvodnih postrojenja, broj zaposlenih i tehnologija koja se koristi ostaju nepromijenjeni. Zbog toga su proizvođači ograničeni u svojoj sposobnosti da brzo odgovore na promjene u potražnji. Kada dođe do povećanja potražnje, proizvođači često reagiraju povećanjem cijena jer nisu u mogućnosti odmah povećati proizvodnju. Ova ograničenja dovode do veće volatilnosti cijena na tržištu.

S druge strane, dugoročna ravnoteža omogućava proizvođačima veću fleksibilnost u prilagodbi. S vremenom, proizvođači mogu proširiti svoje kapacitete, uvesti novu tehnologiju, ili prilagoditi broj zaposlenih. Također, novi proizvođači mogu ući na tržište, dok se oni manje učinkoviti mogu povući. Ova prilagodba omogućava učinkovitiju raspodjelu resursa i stabilnije tržišne uvjete. Na primjer, uvođenje novih tehnologija može smanjiti proizvodne troškove, što može rezultirati povećanjem ponude i smanjenjem cijena proizvoda u dugom roku.

- **Promjene cijena**

U kratkom roku, cijene su podložne brzim promjenama zbog ograničene prilagodbe ponude. Kada potražnja naglo poraste, cijene također rastu jer proizvođači nemaju dovoljno vremena za povećanje proizvodnje. Ova volatilnost cijena može utjecati na potrošače i njihove odluke o kupnji, kao i na ukupnu ekonomsku stabilnost.

Nasuprot tome, u dugom roku, cijene imaju tendenciju stabilizacije. Kako proizvođači prilagođavaju svoje kapacitete i tehnologiju, ponuda postaje elastičnija i može bolje odgovoriti na promjene u potražnji. Dugoročno gledano, tržište teži ravnoteži gdje se ponuda i potražnja izjednačavaju pri stabilnijim cijenama.

- **Odgovor proizvođača**

U kratkom roku, može se privremeno zadovoljiti potražnju, ali dugoročno može dovesti do nezadovoljstva potrošača zbog viših cijena.

U dugom roku, proizvođači imaju vremena za proširenje proizvodnih kapaciteta i optimizaciju proizvodnih procesa. S toga povećanje proizvodnje može smanjiti troškove proizvodnje po jedinici, što omogućava proizvođačima da ponude proizvode po nižim cijenama. Time se povećava konkurentnost na tržištu, što koristi potrošačima kroz niže cijene i veću dostupnost proizvoda.

## 9. Zaključak

U ovome radu smo detaljnije prikazali koncept različitih aspekata tržišnih ravnoteža, s naglaskom na savršenu konkurenciju, promatrajući ih kroz kratkoročne i dugoročne promjene. Analizom ovih ravnoteža prikazali smo razumijevanje načina funkcioniranja tržišta u idealnim uvjetima gdje sudionništvo brojnih malih tvrtki i potrošača, bez mogućnosti utjecanja u utvrđivanju cijena, karakterizira tržište.

Kratkoročna ravnoteža se uspostavlja na temelju trenutnih tržišnih uvjeta gdje proizvođač oprezno reagira na situaciju s obzirom na svoje resurse koji su ograničeni. Proizvođači u takvim uvjetima ne mogu brzo reagirati na promjene, što dovodi do nestabilnosti cijena u kratkom roku, te zbog nedostatka vremena za značajne prilagodbe kapaciteta. Zaključujemo da kratkoročne promjene često su vođene trenutačnim fluktuacijama potražnje i ograničenjima ponude.

Suprotno tome, dugoročna ravnoteža omogućuje temeljitiju prilagodbu tržišta kroz promjene u proizvodnim kapacitetima i tehnološke inovacije. Tijekom vremena proizvođači mogu proširiti svoje kapacitete kao i primijeniti nove tehnologije, stvarajući stabilan tržišni okvir. Ulazak novih i izlazak manje uspješnih firmi doprinosi ravnoteži na tržištima osiguravajući efikasniju alokaciju resursa i stabilnije cijene. Ova dinamika dugoročne ravnoteže važna je za održivost i rast tržišta.

Savršena konkurencija je rijetka u stvarnom svijetu, ali znanje teorijskih okvira za razumijevanje tržišnih mehanizama i analizu drugih složenih struktura tržišta omogućuje ekonomistima i političarima bolje predviđanje trendova na tržištu i osmišljavanje intervencija koje unapređuju efikasnost tržišta. U konačnici, razumijevanje ovih koncepata omogućuje bolje planiranje i strategiju kako za poslovne subjekte tako i za tvorce ekonomskih politika, čime se potiče održiv gospodarski razvoj.

## Popis literature

1. Ferenčak, I. (2003). *Počela ekonomike*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
2. Sabolić, D. (2013). *Inženjerska ekonomika*. Zagreb: Fakultet elektrotehnike i računarstva.
3. Murphet, H., Jurin, S., Šohinger, J. (1990). *Teorija tržišta i cijena*. Michigansko sveučilište.
4. Karić, M. (2007). *Priručnik za vježbe iz Mikroekonomike II. Izdanje*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
5. Koutsoyiannis, A. (1996). *Moderna mikroekonomika*. Zagreb: Mate.



## **Popis slika**

- Slika 1. Ravnoteža cijele industrije, kao i pojedinačnog proizvođača, te njihov međuodnos (prema: Dubravko Sabolić, Tržišne strukture I: Savršena konkurencija i monopol, 2013.).....**8**
- Slika 2. Savršeno konkurentno tržište u dugom roku (prema: Dubravko Sabolić, Tržišne strukture I: Savršena konkurencija i monopol, 2013.).....**11**