

Tekelci Rekabet Nedir?

Çalışma Kağıdı

Tekelci rekabet, çok sayıda firmanın farklılaştırılmış ürünler sattığı ve bu ürünlerin birbirine yakın ikameler olduğu bir piyasa türüdür. Firmaların kısa dönemde kâr elde edebildiği ancak uzun dönemde ekonomik kârın sıfırlanabildiği bir yapıdır.

Sorular

1. Aşağıdakilerden hangisi tekelci rekabet piyasasının temel bir özelliğidir?

- A) Tek bir firmanın piyasada hakim olması
- B) Homojen (aynı) ürünlerin satılması
- C) Çok sayıda firmanın farklılaştırılmış ürünler satması
- D) Piyasaya girişte yüksek engellerin olması

2. Tekelci rekabet piyasasında uzun dönemde firmaların ekonomik kârı ne olur?

- A) Artar
- B) Azalır
- C) Sıfırlanır
- D) Negatif olur

3. Aşağıdaki piyasa yapılarından hangisi tekelci rekabete en çok benzer?

- A) Tam rekabet
- B) Monopol
- C) Oligopol
- D) Monopolcü rekabet

4. Tekelci rekabet piyasasına günlük hayattan örnekler verebilir misiniz?

5. Tekelci rekabet piyasasında firmaların karşılaştığı zorluklar nelerdir?

6. Tanımla: Tekelci Rekabetin Temel Özelliği Nedir?

7. Tanımla: Tekelci Rekabette Kısa Dönem Kâr Durumu Nasıldır?

8. Tanımla: Tekelci Rekabette Uzun Dönem Kâr Durumu Nasıldır?

Cevap Anahtarı

1. C) Çok sayıda firmanın farklılaştırılmış ürünler satması — Tekelci rekabet piyasasının ayırt edici özelliği, çok sayıda firmanın birbirine benzer ancak farklılaştırılmış ürünler sunmasıdır. Bu durum, firmalara belirli bir fiyatlama gücü verir.
2. C) Sıfırlanır — Tekelci rekabet piyasasına giriş engelleri nispeten düşüktür. Kısa dönemde elde edilen ekonomik kârlar, yeni firmaların piyasaya girmesine neden olur. Bu durum, talebi azaltır ve uzun dönemde ekonomik kârın sıfırlanmasına yol açar.
3. D) Monopolcü rekabet — Monopolcü rekabet, tekelci rekabet ile aynı anlama gelir ve bu piyasa yapısının temel özelliklerini tanımlar.
4. Restoranlar: Farklı menüler, atmosfer ve hizmet kalitesi ile birbirlerinden ayırırlar., Kıyafet mağazaları: Marka, tasarım, kumaş ve fiyat gibi farklılıklarla rekabet ederler., Kitapçılar: Tür, yazar, baskı kalitesi ve kapak tasarımı gibi unsurlarla öne çıkmaya çalışırlar., Berberler/Kuaförler: Sunulan hizmetler, kullanılan ürünler ve mekanın atmosferi ile farklılaşırlar.
5. Ürün farklılaştırması maliyeti: Firmalar, ürünlerini rakiplerinden ayırmak için Ar-Ge, pazarlama ve marka oluşturma gibi alanlara yatırım yapmalıdır., Talep esnekliği: Ürünler birbirine yakın ikameler olduğu için, fiyat artışlarına karşı talep nispeten esnek olabilir., Pazarlama ve reklam giderleri: Firmalar, tüketicilerin zihninde yer edinmek ve ürünlerini tanıtmak için önemli pazarlama ve reklam harcamaları yaparlar., Giriş engellerinin düşüklüğü: Tam rekabete göre daha fazla olsa da, tekelci rekabete giriş engelleri genellikle düşüktür, bu da yeni firmaların piyasaya girmesini kolaylaştırır.
6. Çok sayıda firmanın benzer ama farklılaştırılmış ürünler satması.
7. Firmalar, ürün farklılaştırması ve talep gücü sayesinde ekonomik kâr elde edebilirler.
8. Yeni firmaların piyasaya girmesiyle ekonomik kâr sıfırlanır, firmalar sadece normal kâr elde eder.

Bounlu

Tüm kartlar, adım adım çözümler ve AI hoca desteği Notek uygulamasında.
Sınav tarihlerini Promy otomatik hatırlatıcıya çevirir.