

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržište". Rad ima 14 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA

STRUKOVNIH STUDIJA

ČAČAK

SEMINARSKI RAD

Predmet: MAKROEKONOMIJA

TRŽIŠTE

118-001/10

Kladovo, novembar 2010

SADRŽAJ :

SADRŽAJ.....	2
1. UVOD.....	3
2. POJAM I NASTANAK TRŽIŠTA.....	4
2.1. Pojam tržišta.....	4
2.2. Nastanak tržišta.....	5
3. FUNKCIJE TRŽIŠTA.....	6
3.1. Informativna funkcija.....	6
3.2. Selektivna funkcija.....	6
3.3. Alokativna funkcija.....	7
3.4. Distributivna funkcija.....	7
4. OBLICI TRŽIŠNE KONKURENCIJE.....	8
4.1. Tržište potpune konkurencije.....	8
4.2. Tržište nepotpune konkurencije.....	9
4.2.1. Monopol.....	9

4.2.2. Duopol.....	10
4.2.3. Oligopol.....	10
4.3. Tržišni nedostaci.....	10
4.4. Konkurencija ponude i tražnje.....	11
4.5. Eksterni efekti.....	12
4.6. Javna dobra i usluge.....	12
5. ZAKLJUČAK.....	13
LITERATURA.....	14

UVOD

Svojina i tržište predstavljaju dve osnovne institucije privrednog sistema. Svojina određuje ko će biti učesnik na tržištu i kako će se ponašati u tržišnoj razmeni, dok tržište predstavlja uređeni i ustaljeni postupak razmene. Ta uređenost tržišta znači da postoje određena definisana pravila ponašanja kojih treba da se pridržavaju učesnici u razmeni. Na osnovu ovoga svaki učesnik u razmeni može da predviđa reakcije drugih učesnika na aktivnosti koje on preduzima, kao i moguće sankcije u slučaju ako se jedan od učesnika u razmeni ne pridržava ustaljenih pravila ponašanja. Na osnovu ovoga može se reći da tržište predstavlja uređeni i ustaljeni mehanizam robne razmene.

Može se definisati kao ukupnost ponude i tražnje koji se na određenom prostoru i u određeno vreme ispoljavaju povodom razmene roba i usluga. Da bi se neki proizvod prodavao, za njega treba da postoji tržište. Ukoliko nema tržišta nema ni biznisa.

Tržište nije statičan i nepromenljiv potencijal. Šta više to je dinamičan organizam u kome se kontinuirano dešavaju raznovrsne ekonomske i društvene promene. Na njemu se svakodnevno pojavljuju novi prodavci i kupci, dok neki stari nestaju. Pojavljuju se i novi artikli, a drugi se tiho gube, jer su potrošači izgubili interes za njih. Zato je potrebno upoznavanje potreba, želja i interesovanja kupaca radi poznavanja i praćenja tržišne potražnje, jer nema važnijeg zadatka od stalnog pronalaženja novih kupaca i zadržavanja postojećih.

„Tržište je arena na kojoj se konačno određuje da li je preduzetnik dobitnik ili gubitnik!“

„Umesnim rasčlanjivanjem celokupnog tržišta na određene segmente pronicljiv preduzetnik je u mogućnosti da zapazi širok spektar razločitih segmenata kupaca unutar njega, te da prepozna strateški važne segmente, prema kojima će usmeravati svoju ponudu!“ (Ohmae)

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com