

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržište". Rad ima 13 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.

SADRŽAJ

Uvod-----	3
Oblici tržišta-----	4
Nesavršena konkurencija-----	5
Vrste nesavršene konkurencije-----	5
Monopol-----	5
Duopol-----	6
Oligopol-----	6
Monopolistička konkurencija-----	8
Nesavršena konkurencija na strani tražnje-----	9
Savršena konkurencija-----	10
Pojam savršene konkurencije-----	10
Pretpostavka savršene konkurencije-----	11
Efektivnost i pravednost tržišta savršene konkurencije-----	12
Zaključak-----	13
Literatura-----	14

UVOD

Kao što nam je svima poznato tržište predstavlja skup ponude i potražnje različitih roba, usluga, vrednosnih papira i novca i kao skup svih ustanova, uređaja i instrumenata na osnovu kojih se određuju ukupne društvene potrebe i definišu cene prethodno navedenih roba i usluga. Jednu od svojih važnijih funkcija tržište obavlja posredstvom delovanja samog mehanizma konkurencije.

Konkurencija predstavlja određeni oblik uspostavljanja odnosa između, s jedne strane ponude (prodavca) i s druge strane potražnje (kupaca) na tržištu. Dakle, osnovni uslov za razvoj i postojanje konkurencije je robna proizvodnja, ali samim razvojem robne proizvodnje konkurencija menja svoj karakter i oblike svog ispoljavanja.

Sušтина ekonomske funkcije konkurencije sastoji se u tome što uspostavljanjem odnosa ponude i potražnje, naravno uz posredstvo porasta ili snižavanja cena: daje određene signale proizvođačima o bitnim elementima njihove sadašnje, pa i buduće proizvodnje (npr. oblast proizvodnje kojom se bave, količina proizvoda koju proizvode i sl.); ostvaruje neophodnu ravnotežu u samim odnosima između pojedinih djelatnosti u okvirima celokupne zajednice i stalno podstiče sve učesnike tržišne utakmice ka postizanju maksimalnih ekonomskih rezultata.

OBLICI TRŽIŠTA

Konkurencija se javlja kao određeni oblik odnosa ponude i potražnje, a na tržištu se ispoljava u raznim kombinacijama u pogledu broja učesnika, njihove ekonomske snage, različitih mogućnosti samog ulaska i izlaska sa tržišta, različitim strategijama njihovog nastupa i sl.

Sam taj njihov međusobni odnos i položaj determinisan je sledećim kriterijima:

brojem samih učesnika kako na strani ponude, tako i na strani potražnje,

njihovom relativnom snagom,

mogućnošću samog ulaska i izlaska sa tržišta,

mogućnošću uslovljavanja međusobnih odnosa i

elastičnošću ponude i potražnje, odnosno cena.

Stepen – intenzitet konkurencije proističe iz brojnosti subjekata na strani ponude i strani potražnje i u tom smislu razlikujemo sljedeće tipove konkurencije:

potpuna - perfektna (slobodna, savršena, čista) i

ograničena – imperfektna u okviru koje razlikujemo:

monopol – monopson

monopolistička konkurencija i

oligopol – oligopson

NESAVRŠENA KONKURENCIJA

Ako poduzeće može dosta uticati na tržišnu cenu svoje proizvodnje, tada se poduzeće klasifikuje kao "nesavršeni konkurent". Nesavršena konkurencija prednjači u industriji kad god pojedinačni prodavci imaju određeni nadzor nad cenom svog proizvoda. Glavni učesnici savršene konkurencije su „PRICE TAKERS“ (donose odluke samo o veličini proizvodnje) dok se učesnici nesavršene konkurencije „PRICE MAKERS“ (donose odluke i o količini proizvodnje i o visini cena).

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com