

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Faktori koji utiču na pomeranje krive tražnje za krivom". Rad ima 11 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.

UNIVERZITET „SINGIDUNUM“

Niš

Seminarski rad

iz predmeta:

Mikroekonomija

Tema:

Faktori koji utiču na pomeranje krive tražnje za krivom

Niš, Oktobar, 2010.

Sadržaj:

Uvod 3

1.Tržište i konkurencija-odnos sa tražnjom 4

2.Tražnja 5

2.1.Tržišna tražnja nasuprot individualne tražnje 6

3.Faktori koji utiču na pomeranje krive tražnje 7

3.1.Pomeranje krive tražnje 8

Zaključak 10

Literatura 11

Uvod

Da li ste nekad, čekajući u restoranu svoj obrok i posmatrajući cene na meniju, razmišljali o tome ko je i na osnovu čega odredio te cene? Da li su te cene određene sabiranjem svih troškova sa minimumom zarade, ili je taj proces malo komplikovaniji? Koji su svi faktori koji utiču na formiranje cena? Sigurno ste primetili da je konobar, koji vas je uslužio, poprilično lepo obučen, prijatan, nasmejan i potrebno je samo da ga pogledate da bi se stvorio pored vas. Logično je da je to politika njegovog poslodavca i da vam prija usluga koju pružaju, a da li ste se zapitali zbog čega to oni rade na taj način. Da li zbog toga što su jednostavno dobri ljudi i vole tako da se ponašaju, ili zbog toga što je restoran koji se nalazi preko puta, spreman da vam, u svakom trenutku, ponudi iste usluge? Konobar svakako ima pravo da ignoriše pravila ponašanja koje je odredio njegov poslodavac, ali zbog čega odbija da postupi nasuprot pravilima? Da li

on smatra da bez njega ne bi bilo ni restorana, ili je svestan da je njegov položaj lako zamenljiv? Iz predhodnih primera možemo primetiti da je prisutnost pravila ponude i tražnje neizbežna, i da imaju snažan uticaj na čitavo tržište. Tražnja bi se mogla definisati na sledeći način: to je količina dobara koju su potrošači sposobni i spremni da kupe u određenom trenutku po određenoj ceni. Da bi tražnja postojala potrebno je da kupci mogu da kupe dobra, odnosno da postoji njihova efektivna tražnja i drugo, da postoji određena cena. Poslednji stav je važan jer pokazuje da će kupci više kupiti pri nižoj ceni i obratno odnosno da će se njihova tražnja povećati sa smanjivanjem cene. To znači da prema zakonu tražnje postoji obrnuta proporcija između cena i tražene količine. Promena tražnje, npr. njeno povećanje, značiće povećavanje broj kupaca, odnosno, njihovim kupovina.

1. Tržište i konkurencija-odnos sa tražnjom

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com