

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Pojam i uloga tržišta". 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.

SADRŽAJ:

UVOD.....	2
I.POJAM I ULOGA TRŽIŠTA.....	3
II.FAKTORI TRŽIŠTA.....	5
II.IPERFEKTNA KONKURENCIJA.....	6
II.IIMONOPOLI.....	7
II.IIIOBLAST PROIZVODNJE SA PRIRODNIM MONOPOLOM.....	8
II.IV.DEJSTVO POZITIVNIH I NEGATIVNIH EFEKATA.....	9
II.V.ORGANIZACIONI OBLICI TRŽIŠTA.....	9
III.TRŽIŠTE KAPITALA I NOVCA.....	10
IV.POLITIKA TRŽIŠTA I CIJENA.....	11
ZAKLJUČAK.....	13
LITERATURA.....	13

UVOD

Tržište, kao ekonomski prostor na kojem se suočavaju ponuda i potražnja roba, usluga, vrijednosnih papira, novca i rada, odnosno rezultata i elemenata privređivanja, predstavlja institucionalni mehanizam razmjene i njene sveukupne uloge u tokovima društvene reprodukcije. U tom smislu, kao ukupnost ponude i potražnje u vezi sa razmjenom dobara, tržište ima nezamjenjivu ulogu u robnim privredama. Upravo na tržištu se preko robne razmjene ispoljavaju osnovne ekonomske zakonitosti, a svojim funkcioniranjem tržište omogućava unošenje objektivnih mjerila u privređivanju, što ga i čini osnovnim društvenim mehanizmom organiziranja i povezivanja privrednih tokova.

Kako tržište podrazumijeva cjelokupnost ponude i potražnje, to možemo govoriti o različitim vrstama tržišta: u odnosu na predmet razmjene može se govoriti o tržištu roba i usluga kao rezultatima privređivanja i o tržištu faktora, odnosno elemenata proizvodnje (radna snaga, kapital, devize, informacije, itd.), zatim u odnosu na robnu razmjenu možemo govoriti o opštem, u smislu razmjene svih dobara, i specijaliziranom tržištu za pojedine proizvode, te u pogledu teritorije može se govoriti o lokalnom (regionalnom) tržištu, tržištu u okviru države (nacionalno tržište) i o međunarodnom tržištu.

Tržište podrazumijeva u susretu proizvođača i potrošača slobodu izbora, pri čemu je glavni kriterij njihovog ponašanja-izbor cijena roba i usluga. Inače cijene kao novčani izraz vrijednosti robe se slobodno formiraju na tržištu, na bazi djelovanja agregata tražnje (kao zbiru svih pojedinačnih oblika tražnje) i agregata ponude (kao ukupnost pojedinačnih oblika ponude), uz koleraciju globalnih odnosa ponude i potražnje i ovih odnosa u povodu konkretne robe, odnosno globalnih kretanja cijena i njihovog pojedinačnog formiranja za određenu robu.

Slijedom iznesenog, to znači da tržište ne samo da zavisi od proizvodnje koja kao rezultat u krajnjem ima formiranje ponude, nego tržište ima i povratno dejstvo na proizvodnju, jer cijene predstavljaju kriterij za ponašanje proizvođača u pogledu povećanja ili smanjenja proizvodnje određenih proizvoda, odnosno započinjanja novog proizvodnog programa.

I. POJAM I ULOGA TRŽIŠTA

Tržišni mehanizam, u smislu ukupnosti ponude i potražnje, uz sva svoja nesavršenstva i neke negativne implikacije djelovanja, predstavlja najracionalniji oblik organiziranja privređivanja u okviru društvene zajednice.

U ovom kontekstu treba podvući da je tržišni mehanizam najbolji, ali ne i sam po sebi dovoljan način povezivanja i usmjeravanja tokova privređivanja. Drugim riječima, da bi tržište funkcioniralo i predstavljalo adekvatan mehanizam za optimalno korišćenje resursa i efikasan ekonomski razvoj, nužna je odgovarajuća društvena aktivnost.

Kao ukupnost ponude i potražnje, tržište predstavlja mjesto gdje preduzeća stiču uvid u potražnju, odnosno zahtjeve potrošača, zatim dobijaju informacije o konkurenciji, te valoriziraju svoj rad, odnosno stiču dohodak. To znači da tržište, na jednoj strani, pruža mogućnost da preduzeće prilagodi svoje poslovanje novoj situaciji (u odnosu na potražnju i konkurente), odnosno odgovori na inovirane uslove odgovarajućom ponudom, a na drugoj, valoriziranjem privređivanja tržište omogućava da se preduzeće potvrdi kao robni proizvođač i time osigura osnovu za svoje reproduciranje. Na taj način, funkcioniranje tržišnog mehanizma ne samo da unosi red u tokovima društvene reprodukcije, nego i po osnovu konkurencije obezbjeđuje efikasnost u pojedinačnom poslovanju što je i temeljna pretpostavka za ukupan ekonomski razvoj.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com