

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržište rada". 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.

САДРЖАЈ

1.УВОД.....	3
1.1. ТРЖИШТЕ	3
1.2. ФУНКЦИЈЕ И ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ТРЖИШТА.....	4
1.3. ВРСТЕ ТРЖИШТА.....	5
1.4. ТРЖИШТЕ РАДА	6
1.5. ТРЖИШТЕ КАПИТАЛА.....	8
1.6. ТРЖИШТЕ ПРИРОДНИХ РЕСУРСА.....	11
1.7. ДРЖАВНА РЕГУЛАЦИЈА.....	12
2.ЗАКЉУЧАК.....	13
3.ЛИТЕРАТУРА.....	14

ТРЖИШТЕ

Раније се тржиште повезивало са посебним местом на коме се обављала размена на одређени дан. Али, са развојем транспорта, комуникација, и уопште начина пословања, тржишта добијају шири, глобални карактер.

Тржиште увек претпоставља сучељавање продаваца и купаца и обављање трансакција – размене робе за новац или робе за робу. Односно, тржиште представља свеукупност односа између понуде и тражње, како се најчешће одређује.

Свако предузеће се на тржишту јавља у две улоге - једном као купац, а други пут као продавац. Интереси предузећа су супротни у ове две улоге. Из тог разлога је битно направити разлику између:

Набавног тржишта – где се набављају сви елементи пословног процеса и где предузеће настоји да набави факторе производње по што повољнијим условима (ниске цене, висок квалитет, одложено плаћање...)

Продајног тржишта – где се производи продају и где предузеће настоји да прода производе по што повољнијим условима (високе цене, велике количине, кратки рокови отплате...).

Тржиште може бити савршено и несавршено.

Савршено конкурентно тржиште је оно које се састоји од великог броја независних малих предузећа од којих ниједно није у могућности утицати на тржишне цене. На таквом тржишту постоји апсолутна слобода уласка других предузећа. Фактори производње су савршено покретљиви. Постоји савршена информисаност о оном што се догађа на тржишту. Сва предузећа нуде хомогени производ.

Тржиште непотпуне конкуренције је оно где:

1. постоји могућност одређивања цена од стране како понуде тако и потражње. Претпоставка те могућности је ограничени број привредних субјеката.
2. Привредни субјекти на тржишту несавршене конкуренције су price makeri. У својој пословној политици се руководе одређивањем цена и количина.
3. Постоји већа или мања ограниченост уласка и изласка других привредних субјеката у грану.

ФУНКЦИЈЕ И ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ТРЖИШТА

Информативна функција – на основу информација са тржишта привредни субјекти сагледавају сопствену позицију на тржишту и на основу тога доносе одлуке о привредним активностима, док домаћинства на основу информација које пружа тржиште доносе одлуке о куповини добара и услуга које ће задовољити њихове потребе.

Селективна функција – на тржишту се одвија процес селекције привредних субјеката у смислу да тржиште путем конкуренције награђује и мотивише привредне субјекте који послују ефикасно, док са друге стране, привредни субјекти који не послују ефикасно бивају елиминисани са тржишта путем овог истог механизма. Тако да у условима конкуренције предузећа која имају ниску продуктивност, која послују нерентабилно и неекономично не могу да опстану јер ће цене њихових производа бити изнад конкурентских па их тржиште неће прихватити.

Алокативна функција – обухвата два аспекта посматрања: макро аспект који се односи на утицај тржишта на алокацију (размештај) ограничених економских ресурса у целокупној привреди на гране, области и сл., и микро аспект који се односи на утицај тржишта на размештај економских ресурса у предузећу – где и како улагати?

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com