

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržište potpune konkurencije". Rad ima 10 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.....	strana 2
Pojam tržišne konkurencije.....	strana 3
Tržišna stanja.....	strana 4
Potpuna konkurencija.....	strana 7
Monopolsko tržište.....	strana 9
Karakteristike savremenog tržišta.....	strana 12
Zaključak.....	strana 13
Literatura.....	strana 14

UVOD

Kao što nam je svima poznato tržište predstavlja ukupnost ponude i potražnje različitih roba, usluga, vrednosnih papira i novca i kao skup svih ustanova, uređaja instrumenata na osnovu kojih se određuju ukupne društvene potrebe i definišu cene prethodno navedenih roba i usluga. Jednu od svoji 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.

Suština 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 delatnosti u okvirima celokupne zajednice i stalno podstiče sve učesnike tržišne utakmice ka postizanju maksimalnih ekonomskih rezultata.

POJAM TRŽIŠNE KONKURENCIJE

Tržište predstavlja ukupnost odnosa ponude i tražnje koje se na određenom prostoru i u određeno vreme uspostavljaju povodom razmene roba i usluga. Ponuda i tražnja nisu izolovani fenomeni i na njih utiče veoma veliki broj faktora. Takođe, ponuda utiče na tražnju kao što i tražnja sa svoje strane utiče na

ponudu. Delovanje ponude i tražnje na tržištu se ispoljava kroz konkurenciju kao unutrašnju motornu snagu tržišta koja pokreće tržišni mehanizam. Tržišna konkurencija posmatrana samo sa strane ponude se javlja kao suparništvo između učesnika u ponudi robe sa ciljem svakog učesnika da tržište svoje robe proširi na račun drugih učesnika. Međutim, definicija konkurencije mora uzeti u obzir i drugu stranu – stranu tražnje jer osobine i reakcije tražnje takođe utiču na karakteristike konkurencije.

Definicija – Konkurencija je takvo tržište koje podrazumeva:

tržišnu utakmicu između prodavaca čiji je cilj da svoju robu prodaju po što boljim uslovima i u što većem obimu;

tržišnu utakmicu između kupaca koji se nadmeću u pritisku na cene kako bi došli do željene robe;

tržišnu utakmicu između prodavaca i kupaca gde svaka strana nastoji da ostvari što povoljnije uslove za sebe.

Prema tome, tržišna konkurencija se ne može posmatrati kao fenomen usko povezan samo sa ponudom na tržištu. Konkurencija se javlja i između preduzeća jer sva preduzeća konkurišu za potrošački dohodak, ali i između potrošača jer i oni nastoje da ostvare svoje ciljeve – kupovina dobara po što povoljnijim uslovima.

TRŽIŠNA STANJA

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com