

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.

Predmet: EKONOMIJA

Tema: TRŽIŠTE

SADRŽAJ:

Tržište u užem smislu podrazumeva mesto gde se organizovano susreću ponuda i tražnja.

Tržište u širem smislu podrazumeva mesto ili prostor na kojima se realizuje apstraktni oblik susreta ponude i tražnje.

1. UVOD

Svoju privrednu aktivnost preduzeća obavljaju u određenom okruženju. Okruženje funkcionisanjem stvara šanse za uspešno poslovanje, ali sa druge strane i velike opasnosti za opstanak i dalji razvoj preduzeća. Poslovna aktivnost preduzeća obavlja se preko društvene reprodukcije, a osnovni pokazatelj u procesu razmene je realizacija roba i usluga na tržištu. Tržište je mesto koje se javlja kao posrednik između proizvođača s jedne strane i potrošača s druge strane.

U različitim definicijama, tržište se čak predstavlja kao mreža u kojoj se određeni i različiti ponuđači dokazuju u svojoj efikasnosti i efektivnosti. Efikasnost je pokazatelj racionalnosti organizacije i izražava se visinom troškova proizvodnje. Efektivnost odražava uspešnost izbora proizvoda koji će zadovoljiti potrebe kupca. Preduzeće se javlja kao jedan od tržišnih učesnika koji na tržištu sa ostalim učesnicima razmenjuje proizvode, novac, informacije. Radi lakšeg ostvarivanja svojih ciljeva preduzeće mora efikasno komunicirati sa tržištem. Prodaja je osnova za nastavak proizvodnje. Razvojem privrede došlo je do ukрупnjavanja preduzeća, povećanja proizvodnje i širenja tržišta.

2. DEFINISANJE TRŽIŠTA I PODELA

Pod pojmom tržišta podrazumevamo određeni prostor, lokaciju na kojem se u određeno vreme sučeljavaju ponuda i potražnja različitih roba i usluga, po različitim cenama koje se tu formiraju. Koncentracija ponude i tražnje na određenim prostorima ili mestima omogućava njihovo delovanje iz koga rezultira formiranje cena, tj. dolazi do razmene (roba za novac, usluga za novac, roba za robu...).

Pojam tržišta može se razgraničiti na pojam tržišta u užem i pojam tržišta u širem smislu. Pod tržištem u užem smislu podrazumevaju se mesta gde se organizovano susreću ponuda i tražnja (pijace, berze, sajmovi, aukcije, prodavnice).

U širem smislu pod tržištem podrazumevamo prostore, na kojima se realizuju apstraktni oblik ponude i tražnje.

Dva su ključna koncepta vezana za pojam tržišta:

a) mesto (prostor, područje)

b) veza između ponude i tražnje.

a) U svojoj ranoj fazi nastajanja tržišta, tržište je bilo poistovećeno sa određenim mestom gde se odvijala razmena. Odatle i potiče naziv „pijaca“, a izvedeno je od italijanske reči „piazza“. Mesto sa kojim se tržište identifikuje može biti specijalizovano, namenski određeno, ili bilo koje mesto u materijalnom ili virtuelnom prostoru. (Futoška pijaca u Novom Sadu, Njujorška berza, ulični novinski štand, on-line ponuda na sajtu su različite vrste tržišta).

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com