

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Osnovne teorije tržišta". Rad ima 15 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 u Kragujevcu

Pravni fakultet

Seminarski rad iz predmeta:

Osnovi ekonomije

Tema:

Osnovne teorije tržišta

Kragujevac,

Maj, 2010. godine

Sadržaj

Pojam tržišta.....	3
Razvoj tržišta.....	3
Istorijski razvoj jugoslovenskog tržišta.....	4
Tipovi tržišta.....	5
Potrebe tržišta.....	6
Elastičnost tražnje.....	6
Tržište potrošača.....	8
Ponuda i potražnja.....	9
Elastičnost ponude.....	10
Delovanje tržišnih zakonitosti.....	11
Granice efikasnosti tržišnog mehanizma.....	11
Potencijal tržišta.....	12
Zaključak.....	13
Spisak korišćene literature.....	14

OSNOVNE TEORIJE TRŽIŠTA

POJAM TRŽIŠTA

Postoji više načina da se definiše tržište, ali jedno od poznatijih je tumačenje prema Kotleru: Sveobuhvatnost odnosa ponude i tražnje koji na određenom mestu i u određeno vreme utiču na prodaju pojedinih roba i skup svih ustanova, područja i uređaja koji omogućavaju organizovani ili stalni kontakt između kupaca i prodavaca.

Uopšteno pod tržištem se podrazumeva skup svih redovnih odnosa između ponude i tražnje roba i usluga.

Tržište u užem smislu se podrazumeva na mesta gde se organizovano susreću ponuda i tražnja (berze, sajmovi, aukcije, prodavnice..), a tržište u širem smislu se podrazumeva prostore gde se realizuje apstraktni oblik susreta ponude i tražnje.

RAZVOJ TRŽIŠTA

Razvoj tržišta se odvijao kroz različite faze sve do formiranja najrazvijenijeg oblika. Počevši od prirodne proizvodnje postepeno se javljaju različiti oblici razmene dobara. Pojavom novca kao platežnog sredstva stvarali su se pojačani uslovi za bogaćenje. U tom periodu tržište je bilo nerazvijeno i ograničeno prostorno. Bilo je vezano za neko mesto gde je bila prisutna sva roba i gde se odvijala kupoprodaja uz prisustvo kupca i prodavca.

Razvitkom proste proizvodnje na kapitalističku proizvodnju tržište se razvija u velikoj meri.

Tako se proizvodi prave za tržište, radna snaga se tretira kao roba, tržište se sve više prostorno širi i institucionalno organizuje. Roba više ne mora fizički biti prisutna zamenjuju je uzorci, dok masovni protok robe biva regulisana pravnim propisima.

Prvi sajam uzoraka javlja se u Lajpcigu 1864.

Razvoj tržišta u kapitalizmu prelazio sa potpune konkurencije u fazu uplitanja države u privredne tokove.

Robna proizvodnja u socijalizmu bazira se na društvenoj svojini nad sredstvima za proizvodnju u smislu zadovoljenja društvenih potreba. Tržište u tom slučaju ima korektivnu ulogu kako bi se povećala produktivnost rada. Konkurencija postoji ali nju nadgledaju, usklađuju društvene institucije. To je "društveno organizovano tržište".

U uslovima socijalizma sa centralno-planskim sistemom tržište nema ulogu alokatora. Ona pripada planu ko, šta, kada, gde, za koga i po kojoj ceni će proizvoditi.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com