

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Pojam konkurencije i konkurentnosti". 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.

Sadržaj

1.Uvodni deo

1.1Ekonomija kao nauka

2.Konkurencija

2.1Pojam trzisne konkurencije

2.2Trzisna stanja

2.3Potpuna konkurencija

2.4Nelojalna konkurencija,pojam konkurencije I nelojalne konkurencije

3.Monopolsko trziste

3.1Karakteristike savremenog trzista

3.2Pojam monopolistickih sporazuma I monopolskog ponasanja

4.Ogranicavanje trzista

4.1Vrste ogranicavanja trzista

5.Privremene mere radi sprecavanja poremećaja na jedinstvenom trzistu

6.Oblici zastite od neodgovarajućeg ponasanja poslovnih subjekata

Uvodni deo

Ekonomija kao nauka

Ekonomija je naučna disciplina koja proučava osnovna pravila ponašanja i ekonomske zakonitosti u ekonomskim aktivnostima. Kako društvo koristi oskudne resurse radi proizvodnje dobara i usluga i vrši njihovu raspodelu među članovima društva.

Predmet izučavanja ekonomije je podeljen na dve glavne oblasti: mikroekonomiju, koja proučava domaćinstva i preduzeća i makroekonomiju, koja se bavi izučavanjem pojava i procesa kao što su: inflacija, nezaposlenost, industrijska proizvodnja i ekonomija države.

Dakle, ekonomija proučava mnoge oblasti i probleme, razvijajući teorije ljudskog ponašanja u donošenju ključnih odluka u korišćenju ograničenih resursa radi proizvodnje i raspodele vrednih materijalnih dobara i usluga među ljudima.

KONKURENCIJA

Pojam tržišne konkurencije

Tržište predstavlja ukupnost odnosa ponude i potražnje koje se na određenom prostoru i u određeno vreme uspostavljaju povodom razmene roba i usluga. Ponuda i potražnja 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 i te osobine 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 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, tj. Kupovinu dobara po što povoljnijim uslovima.

Tržišna stanja

Među tržišnim učesnicima se na tržištu mogu uspostaviti konkurentski odnosi različite prirode i sa različitim uticajima na funkcionisanje privrede. Različiti konkurentski odnosi na različite načine utiču na obrazovanje konkretne tržišne strukture, odnosno određenih tržišnih stanja.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com