

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Konkurencija i podsticanje konkurencije". Rad ima 12 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.

OTVORENI UNIVERZITET „APEIRON“ TRAVNIK  
FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE U TRAVNIKU

KONKURENCIJA I PODSTICANJE

KONKURENCIJE

SEMINARSKI RAD

Predmet: Osnove ekonomije

Poslovna ekonomija , Menadžment

turizma i ugostiteljstva

Travnik, listopad 2010

SADRŽAJ:

UVOD.....	3
Strateški oblici konkurencije.....	4
2.1. Cjenovna konkurencija.....	4
2.2. Necjenovna konkurencija.....	5
3. Novije tendencije na tržištu i konkurencija.....	7
4. Poslovni slučajevi konkurencije.....	8
4.1. Rat između Pepsi Co. Inc i Coca- Cole.....	8
4.2. Strateški oblici konkurencije u preduzeću-“NMN Gostelja” Kladanj.....	9
5. Konkurentnost lokacije.....	9
5.1. Konkurentna prednost nacija.....	9
6. Konkurentna rješenja društvenih problema-nedostatci kapitala.....	10
7. Zaključak.....	11
8. Literatura.....	12

## 1. UVOD

Kao što je poznato tržište predstavlja ukupnost ponude i potražnje različitih roba, usluga, vrijednosnih papira i novca kao skup svih ustanova, uređaja i instrumenata na osnovu kojih se određuju ukupne društvene potrebe i definišu cijene predhodno navedenih roba i usluga.

Jednu od najvažnijih funkcija tržište obavlja posredstvom djelovanja 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 mijenja svoj karakter i oblike svog ispoljavanja.

Sušтина ekonomske funkcije konkurencije sastoji se u tom što uspostavljanjem odnosa ponude i potražnje, naravno uz posredstvo porasta ili snižavanja cijena: daje određene signale proizvođačima o bitnim elementima njihove sadašnje, pa i buduće proizvodnje (npr. oblast proizvodnje kojom se bave, količina proizvoda koju proizvode is.); ostvaruje neophodnu ravnotežu u samim odnosima između pojedinih djelatnosti u okvirima cjelokupne zajednice i stalno potiče sve učesnike tržišta ka postizanju maksimalnih ekonomskih rezultata.

## 2. STRATEŠKI OBLICI KONKURENCIJE:

Prelaz iz tržišta potpune konkurencije u monopolizam je bio obilježen ograničavanjem konkurencije koja se vodila putem snižavanja cijena. Međutim, treba naglasiti da je ovaj oblik konkurencije u jednom dužem vremenskom periodu predstavljao jedno od glavnih sredstava konkurentске borbe.

Sa pojavom monopola i monopolske konkurencije počelo je ograničavanje konkurencije putem sniženja cijena, i počelo se govoriti o ograničenoj konkurenciji uopšte. A ograničena konkurencija u stvarnosti je značila samo promjenu u mehanizmima konkurencije koje su nastale sa pojavom monopola. U početku se taj novi sistem konkurencije vezivao za diferenciranje proizvoda – njegovih dimenzija, da bi se kasnije proširio i na konkurenciju putem uslova prodaje i primjenu različitih instrumenata konkurentskog miksa.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**