

1. UVOD

Osnovna funkcija tržišta jeste da povezuje proizvodnju i potrošnju u onom privrednom sistemu u kome vladajući odnosi svojine dovode do pojave decentralizovanog privrednog odlučivanja.

Tržišni mehanizam je tendencija koja se pojavljuje na slobodnim tržištima, pri kojoj se mijenja cijena sve dok se tržište ne uravnoteži.

Prema tome, tržišni mehanizam ne predstavlja samo mjesto na kojem se sučeljavaju ponuda i tražnja, već i mehanizam preko koga se valorizuju svi rezultati rada. Tržište je „objektivni“ mehanizam koji preko sučeljavanja ponude i tražnje robe, usluga (rada, novca, deviza, kapitala) predstavlja vrlo složen mehanizam na kojem su usko povezana sva navedena parcijalna tržišta.

Tržište i informacije koje tržišni odnosi pružaju proizvođačima, potrošačima i državi (kao nosiocu ekonomske politike) je i „putokaz“ u određivanju svih subjekata za odgovarajuću proizvodnju, ponudu, tražnju, potrošnju i sl. To je postao i mehanizam ne samo za susretanje ponude i tražnje, uz formiranje odgovarajućih cijena, već i mjesto na kojem se najčešće sukobljavaju pojedinačni i opšti interesi, ali i sukob interesa pojedinačnih struktura u društvu.

Konkurencija predstavlja određen 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.

Naime, u ovom radu ćemo pokušati dati pregled ukupne permanente poslovne strategije preduzeća koja usmjerena na osvajanje novih tržišta, odnosno povećanje tržišnog udjela.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je proces razmjene koji se odvija na tržištu pod djelovanjem agregatnih stanja tj. ekonomskih zakonitosti, tržišnih mehanizama (konkurencije) i tržišnih kriterijuma (konkurentnosti, kompetentnosti).

1.2. Ciljevi istraživanja

Osnovna svrha ovog rada bi bila, da ovaj diplomski rad predoči kako konkurencija kao oblik tržišne komunikacije djeluje u novim savremenim uslovima

Dakle, svrha diplomskog rada je da prikaže djelovanje tržišnog mehanizma na konkurentnosti preduzeća u teoretskom smislu.

Društveni cilj ovog istraživanja je da ovaj rad bude od praktične koristi i da pruži alternativna rješenja onima koji se bave mikroekonomijom.

1.3. Hipoteza istraživanja

Naučna sredstva za naučno istraživački rad koji ima ozbiljan pristup teoriji i produktivnoj praksi obuhvata i utvrđivanje hipoteze ili više njih. U skladu sa predmetom i ciljem istraživanja, a na osnovu teorijskih i istraživačkih podataka, postavili smo generalnu hipotezu.

Dakle, osnovna hipoteza glasi: *Uloga tržišnog mehanizma mora biti u funkciji jačanja konkurentnosti preduzeća, što znači da savremenim uslovima konkurencija se pretvara u takmičenje sve većeg broja preduzetnih subjekata na globalnom tržištu koji međusobnom konkurencijom povećavaju svoju efikasnost, koja im omogućava rast, razvoj i povećanje udjela na tržištu.*

1.4. Metodologija istraživanja

Problematika koja je predmet ovog diplomskog rada zbog svoje specifičnosti i osnovnih karakteristika zahtjeva primjenu brojnih naučnih metoda i istraživačkih tehnika.

U izradi rada analiziraće se postojeći radovi i istraživanja koja se bave pitanjem mikroekonomije.

Metode koje će biti korišćene u istraživanju su: osnovne, opšte – naučne, i metode tehnike prikupljanja podataka. U cilju zadovoljenja metodoloških zahtjeva korišćene su sljedeće metode: opštost, sistematičnost, objektivnost i pouzdanost.

Od osnovnih metoda biće korišćene analitičke i sintetičke..

Od opšte – naučnih, koristićemo hipotetičko – deduktivni i uporedni metod.

1.5. Struktura rada

Rad je podjeljen na šest poglavlja.

U ovom diplomskom/specijalističkom radu, na početku, definiše se problem koji se istražuje, predmet, ciljevi, hipoteze i metodologija istraživanja rada.

U drugom poglavlju, predočava se pojmovno određenje tržišta.

Potom, treće poglavlje, posvećeno je djelovanju tržišnog mehanizma i uspostavljanje tržišne ravnoteže.

Preduzeće na tržištu potpune konkurencije, u svojstvu četvrtog poglavlja, analizira karakteristike tržišta potpune konkurencije i preduzeće u savremenim tržišnim uslovima.

I na kraju ovog rada, izvedena su zaključna razmatranja gdje se vidi šta je sve ukupno obuhvaćeno u diplomskom/specijalističkom radu, te navedenom dostupnom literaturom koja tretira oblast i prikazanim dostupnim podacima.