

Sadržaj

Uvod (1)

Prvi deo

Osnove teorije tržišta (9)

Determinisanje pojma tržište	10
❖ Definisanje tržišta, razmene, raspodele, novca, potrošnje i dobiti	10
➤ Definisanje pojma tržište	10
➤ Definisanje pojma razmena	12
➤ Definisanje raspodele	13
➤ Definisanje novca	15
➤ Definisanje potrošnje	21
➤ Definisanje preduzetničke dobiti	22
❖ Struktura i organizacija tržišta	27
➤ Tržišna struktura	27
➤ Tipologija tržišta	27
▪ Kriterijumi tipologije tržišta	28
▪ Opšte karakteristike tržišta	29
▪ Svodna analiza tipologije tržišta	33
➤ Vrste i karakteristike polutržišta	34
➤ Tipologija tržišta prema materijalno-tehničkim kriterijima	36
❖ Tipologija tržišta prema društveno-ekonomskim uslovima	40
➤ Analiza oligopola	40
➤ Analiza oblika tržišne konkurencije	43
▪ Analiza nesavršene konkurencije	43
▪ Analiza potpune konkurencije	44
▪ Analiza potencijalne konkurencije	46
➤ Analiza oblika monopola	48
▪ Analiza monopola	48
▪ Analiza bilateralnog monopola	50
▪ Analiza prirodnog monopola	51
➤ Analiza monopsona	52
❖ Troškovi poslovanja i tražnje u raznim tržišnim stanjima	53
❖ Ekonomske karakteristike i svrha istraživanja tržišta	55
➤ Ekonomske karakteristike tržišta	55
➤ Svrha istraživanja tržišta	58
Istorijska analiza nastajanja tržišta	60
❖ Renesansa i merkantilizam – otkriće antike i razvoj prirodnih nauka, novca, industrije, trgovine i novih kolonija	60
❖ Racionalizam u filozofiji i fiziokratizam u ekonomskim naukama	63
❖ Francusko prosvetiteljstvo i ekonomski liberalni kapitalizam	66
❖ Marksistička materijalistička filozofija i ekonomska doktrina	72
❖ Nastanak kapitalizma i uloga protestantizma u razvoju ideje o tržišnoj privredi	76

❖	Pretpostavke tržišne privrede	83
➤	Građanin – da li je ličnost?	83
▪	Ličnost – kakav čovek jest?	84
▪	Građanin – da li je ličnost?	85
➤	Sloboda – osnovno svojstvo čoveka	86
➤	Svojina – izvor prava i ekonomske moći	88
➤	Suverenitet – pitanja svojstva vlasti	90
❖	Ekonomska obeležja tržišta	90
➤	Ekonomske funkcije tržišta	90
➤	Ekonomske značajnosti tržišta	92
➤	Ekonomske aspekte razvoja tržišta	94
▪	Faze u razvoju tržišta	94
▪	Analiza dinamike konkurencije na tržištu	96
➤	Obeležja privrednog sistema i privrednog rasta i razvoja	98
▪	Teorijsko problematiziranje matematičkih modela rasta	98
▪	Problematiziranje izbora privrednog sistema i strategija razvoja	99
•	Privredni sistem – privredni rast i razvoj	99
•	Konceptije, strategije i politike privrednog sistema, rasta i razvoja	103
•	Strategije optimalnog i održivog privrednog razvoja	104
♦	Model rigidnog ubrzanog trošenja prirodnih resursa	108
♦	Model usporenog trošenja prirodnih resursa	109
♦	Model demokratskog društva	110
➤	Sidra budućeg srpskog demokratskog društva	110
➤	Osnovne premise strategije	113
➤	Savremene paradigme tržišne privrede	115
▪	Ekonomija i etika	115
▪	Ekonomija i ideologija	119
▪	Ekonomija i politika	119
▪	Ekonomija i pravo	120

Drugi deo

Oblici tržišta i tržišna privreda (121)

	Klasifikacija tržišta	122
❖	Fenomeni tržišta	122
➤	Objašnjenje grafikona tržišta	122
➤	Opšta i parcijalna tržišna ravnoteža	123
➤	Opšta tržišna ravnoteža	124
➤	Objašnjenje pojma makroekonomska ravnoteža	125
➤	Kejnzijansko shvatanje makroekonomske ravnoteže	126
▪	Hansen-Semjuelson-Hiks-ov pristup	128
▪	Fillipsova kriva	128
➤	Monetarističko shvatanje makroekonomske ravnoteže	130
➤	Kejnzijansko i monetarističko shvatanje ekonomije	132
➤	Objašnjenje pojma ravnotežna cena	135
❖	Objašnjenje tržišta sa stanovišta ponašanja učesnika	135
➤	Neoklasični ekonomski modeli ponašanja građana kao polrošača	135

➤	Uticaj ekonomskih faktora na ponašanje potrošača na tržištu	136
	▪ Teorija marginalne korisnosti	<u>136</u>
	• Prvi Gossenov zakon	138
	• Drugi Gossenov zakon	139
	• Marginalna teorija vrednosti proizvodnih faktora	140
	• Međuzavisnost ponude, tražnje i cena	141
	• Cenovna elastičnost tražnje	142
	▪ Teorija indiferentnosti	144
	• Krivulja indiferentnosti	144
	• Krivulje supstitucije	145
	• Uticaj promena cena na tražnju – ravnoteža potrošnog domaćinstva	146
	• Međuvremenski granični stepen supstitucije – međuvremenska ravnoteža	148
	• Transformacije potrošača u razna ravnotežna stanja	148
	▪ Teorija otkrivene preferencije	149
➤	Ostale teorije izbora potrošnje	150
❖	Objašnjenje pojmova ekonomija blagostanja i ekonomski optimum	151
➤	Objašnjenje pojmova iz područja ekonomije blagostanja	151
	▪ Objasnjavanje pojma ekonomija blagostanja	151
	▪ Objasnjavanje razlika između privatnih i društvenih troškova	152
➤	Objašnjenje pojmova iz područja upravljanja ekonomskim optimumom	154
	▪ Objasnjavanje pojma ekonomski optimum	154
	▪ Objasnjavanje pojmova javna dobra i cene njihovog korišćenja	157
➤	Cost-benefit analiza javnih investicionih projekata	159
➤	Budžetska i makroekonomske performanse	162
	▪ Cukierman-Liviatanov model	162
	▪ Problematiziranje inflacije	165
	• Upravljanje inflacijom	165
	• Reakcije potrošača u uslovima nestašica na tržištu	167
	• Ponašanje potrošača u uslovima inflacije	168
	▪ Tranzicije ekonomije	170
	• Problemi tranzicije ekonomije	171
	• Ponašanje potrošača u uslovima recesije	173
	• Istraživanje stagflacije i anticipiranje inflacije	176
➤	Objašnjenje optimuma raspodele faktora proizvodnje i proizvoda	177
	Pitanja čije rešenje omogućuje prelaz iz socijalističke i ratne u tržišnu privredu	181
❖	Rešavanje otvorenih pitanja čijim se rešenjem osigurava prelaz iz socijalističke u tržišnu privredu	181
➤	Otvorena pitanja	181
➤	Iskustvo Nemačke: prelaz iz nacional-socijalističke prema tržišnoj privredi	184
➤	Iskustvo Istočne Evrope: prelaz iz centralno-planske prema tržišnoj privredi	186
➤	Pouka za prelaz iz socijalističke-samoupravne prema tržišnoj privredi	189
❖	Rešavanje otvorenih pitanja čijim se rešavanjem osigurava prelaz iz socijalističkog u preduzetničko društvo	194
❖	Rešavanje otvorenih pitanja čijim se rešenjem osigurava prelaz iz ratne u civilnu tržišnu privredu	197

Neke aspekte finansijskog tržišta od značaja za funkcionisanje tržišne privrede	198
❖ Analiza finansijskog tržišta	198
➤ Definisane finansijskog tržišta	198
▪ Ocena stanja privrede i tražnje za novcem	199
▪ Ekonomski ciklusi i tražnja za novcem	200
• Istraživanje ekonomskog fenomena inflacija 200	
♦ Teorija inflacije 201	
➤ Kvantitativna teorija novca i cena 201	
➤ Psihološka teorija novca 202	
➤ Teorija stvarne kamatne stope 202	
♦ Inflacioni efekti 203	
♦ Analiza fenomena inflacija i nezaposlenost 204	
➤ Objašnjenje Filipsove krive 204	
➤ Objašnjenje fenomena inflacija i (ne)zaposlenosti 205	
➤ Objašnjenje fenomena inflacije u srpskim zemljama 207	
♦ Objašnjenje privredne ravnoteže 208	
♦ Stagflacija i anticipiranje inflacije 211	
♦ Ekonomska politika antinflacije i dezinflacije 211	
➤ Antinflaciona ekonomska politika 211	
➤ Dezinflaciona ekonomska politika 212	
➤ Alternativna ekonomska politika 213	
• Istraživanje ekonomskog fenomena recesija 215	
➤ Definisane tržišta kapitala	218
❖ Objašnjenje pojmova akceleratori tražnje i cena kapitala	221
➤ Akceleratori tražnje	221
➤ Kretanje cene novca i kapitala	222
❖ Značajke odgođenog plaćanja za tržišnu privredu	225
❖ Funkcionisanje institucija finansijskog tržišta	225
➤ Tržišne transakcije hedžera i špekulanata	225
➤ Tržišne transakcije fučersima	227
➤ Tržišne transakcije opcijama	229
Karakteristike tržišta rada, znanja, ideja i tehnologije	231
❖ Objašnjenje pojma cene radne snage	231
❖ Tržište znanja	233
➤ Definisane pojma nauka	233
➤ Naučna istraživanja i razvoj u odnosu na tržišne znanja	236

Treći deo

Identifikovanje funkcionisanja tržišta na osnovu determinisanja tražnje, ponude i potrošnje (240)

Identifikacija funkcionisanja tržišta	241
❖ Ekonomski zakoni, tržišni mehanizmi i kriterijumi	241
➤ Objektivnost ekonomskih zakona	242
➤ Tržišni mehanizmi i kriterijumi	245
❖ Odnos ekonomije i politike	246
➤ Istorijat odnosa ekonomije i politike	247
➤ Savremeni pogled na odnose ekonomije i politike	252
❖ Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkoj ekonomiji	253

Ekonomski zakoni i logika zakona tražnje	260
❖ Sejov zakon tržišta	260
❖ Zakon ponude i tražnje i formiranje cena	260
➤ Zakon tražnje	261
➤ Zakon tražnje i formiranje cena	263
❖ Ispitivanje krive tražnje	264
❖ Funkcija i pojavni oblici linije tražnje	267
➤ Funkcija linija tražnje	267
➤ Pojavni oblici tražnje	269
➤ Priroda tržišne tražnje	272
➤ Model tržišne tražnje	273
➤ Mobilnost tražnje	274
➤ Pristup analizi tražnje	274
➤ Cournot-Marshallov zakon tražnje	275
❖ Faktori koji utiču na tražnju	277
➤ Analiza odnosa cena i tražnja	278
➤ Dohodak i tražnja	280
➤ Utvrđivanje tražnje na osnovu cena i korisnosti proizvoda	281
▪ Objašnjenje pojma skala tražnje	282
▪ Analiza tražnje u odnosu na visinu cena	282
▪ Korisnost proizvoda kao osnova tražnje	284
▪ Kako kupac determiniše vrednost proizvoda	287
➤ Uticaj makroekonomskih akceleratora na tražnju	288
❖ Analiza tražnje na tržištu	290
➤ Pristup analizi tražnje	290
➤ Elementi za provođenje analize tražnje	291
➤ Tražnja u odnosu na prirodu proizvoda	292
❖ Analiza tražnje u odnosu na visinu cena	294
➤ Gossenovi zakoni	296
➤ Gifenov paradoks	296
➤ Engelovi zakoni	297
➤ Veblenov i i nflaciono-špekulantski efekat	298
➤ Kingov pšenični zakon	299
❖ Analiza tražnje komplementarne robe i supstituta	299
❖ Proces predviđanja tražnje na tržištu	301
➤ Definisanje pojma predviđanje tražnje	301
➤ Klasifikacija predviđanja tražnje	303
➤ Priroda predviđanja tražnje	304
➤ Predviđanje tržišnog učešća	304
▪ Istraživanje za potrebe predviđanja strategije povećanja tržišnog učešća	305
▪ Istraživanje za potrebe predviđanja strategije zadržavanja ili smanjivanja tržišnog učešća	306
➤ Objašnjenje pojma potencijal tržišta (tražnje)	306
❖ Ekonomski zakoni i logika ponude	310
❖ Teorijsko determinisanje pojma ponuda	310

➤	Kriva ili skala ponude	310
➤	Objašnjenje ponude i regresivne krive ponude	311
➤	Objašnjenje funkcije prodaje	312
❖	Analiza ponude	315
➤	Determinisanje pojma tržišna cena prema kriterijumu ponuda i tražnja	315
➤	Analiza promena u ceni i dohotku i elastičnost ponude	316
❖	Utvrđivanje zona rentabilne i optimalne ponude	319
➤	Ponuda i izbor proizvodnje	319
▪	Korišćenje proizvodnog potencijala	320
▪	Koncept proizvodnje vezanih proizvoda	322
▪	Praktična upotreba dijagrama prelomnih tačaka rentabilneta	322
▪	Tržišni aspekti proizvodnog miksa	324
▪	Objašnjenje pojma cena proizvodnje	325
▪	Principi savremene proizvodnje	326
➤	Utvrđivanje uslova optimalne ponude	328
➤	Utvrđivanje linija ponude preduzeća i delatnosti	330
❖	Objašnjenje pojma ekonomija ponude	332
➤	Laferova kriva ponude	333
➤	Fulertonova kriva ponude	334
➤	Uticaj smanjenja poreza na cene	334

Objašnjenje potrošnje i predviđanje prodaje

❖	Kejnsov apsolutni dohodak i Modiljanijev životni ciklus potrošnje	336
➤	Kejnsov apsolutni dohodak	336
➤	Modiljanijev životni ciklus potrošnje	337
➤	Analiza potrošnje ispitivanjem funkcije tražnje	338
❖	Troškovi života i budžetska linija potrošnje	339
➤	Istraživanje troškova života	339
➤	Istraživanje budžetske linije potrošnje	339
➤	Kretanje cena robe široke potrošnje	341
➤	Elementi makroekonomske politike kojom se utiče na povećanje potrošnje	341
❖	Analiza potrošnje i prognoziranje prodaje	344
➤	Postupak predviđanja potrošnje i prodaje	344
➤	Predviđanje tražnje ili funkcija reakcije prodaje	346
➤	Procena buduće tražnje i prodaje	347
➤	Analiza koeficijenta elastičnosti	349
➤	Metode prognoziranja tražnje i prodaje	350
➤	Prognoziranje tekuće tražnje	352
▪	Prognoziranje ukupnog potencijala tržišta	352
▪	Utvrđivanje broja kupaca	353
▪	Utvrđivanje područja tržišnog potencijala	353

Pristup segmentaciji tržišta

❖	Segmentacija tržišta prema kriterijumu tražnje	355
❖	Ciljevi segmentacije tržišta	356
❖	Proces i postupak segmentacije tržišta građana	358
➤	Segmentacija tržišta građana kao potrošača	359

▪	Ciljevi, motivi i način života potrošača	361
▪	Ponašanje potrošača prema proizvodu	362
➤	Segmentacija tržišta i pozicionisanje proizvoda	362
▪	Definisanje položaja proizvoda na tržištu	363
▪	Postupak pozicioniranja proizvoda na tržište	363
❖	Segmentacija poslovnog tržišta	364
❖	Postupak određivanja ciljne strategije tržišnog poslovanja društva kapitala	366
➤	Opšte strategije tržišnog poslovanja	368
▪	Strategija u fazi uvođenja proizvoda na tržište	368
▪	Strategija industrijskog proizvoda u fazi rasta prodaje	369
▪	Strategije industrijskog proizvoda u fazi zrelosti	370
▪	Strategije industrijskog proizvoda u fazi opadanja prodaje	374
➤	Strateški marketing menadžment	376
➤	Strategija globalnog marketinga	378
❖	Pristup segmentaciji industrijskog tržišta za potrebe marketinga nabavke	381
	Literatura	384