

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Strategija razvoja trgovine u Republici Srbiji". 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.

Sadržaj:

| | |
|---|--------|
| Uvod | str.3 |
| Definisanje strategije trgovine u Republici Srbiji | str.4 |
| Projekcija ključnih indikatora trgovinskog sektora | |
| Projekcija ključnih indikatora | str.5 |
| Projekcija maloprodajne mreža | str.5 |
| Ključni pravci transformacije trgovine na veliko | str.6 |
| Strategija internacionalne trgovinske (maloprodajne) aktivnosti | str.7 |
| Strategija i politika razvoja tržišnih institucija | |
| Šoping centri kao savremena i strateška tržišna institucija | str.7 |
| Veliki potencijali sajmova i berzi | str.8 |
| Nova uloga veletržnica i pijaca | str.9 |
| Parcijalne strategije razvoja trgovine | |
| Strategija regionalnog i prostornog razvoja trgovine | str.9 |
| Strategija razvoja elektronske trgovine | str.10 |
| Neophodnost podržavanja razvoja malih trgovinskih preduzeća | str.11 |
| Strategija ciljane privatizacije preostalih kapaciteta u trgovini | str.11 |
| Literatura | str.13 |

Uvod

Pred vama se nalazi tekst predloga „Strategije politike i razvoja trgovine Republike Srbije”, koji predstavlja strateški okvir budućeg razvoja trgovine u Srbiji. Reč je o opsežnoj studiji koja obuhvata svestranu analizu trenutnog stanja trgovinskog sektora u Srbiji, izvedenoj na bazi raspoloživih podataka i rezultata istraživanja i anketa. Data je, takođe, precizna uporedna analiza trgovine zemalja Evropske Unije. Na osnovu toga, izložen je koncept globalne strategije razvoja trgovine Republike Srbije. Posebno mesto u studiji zauzima sveobuhvatna analiza trgovinske politike u Srbiji, na bazi koje su predložena konkretna rešenja unapređenja trgovinske politike, kao i odgovarajući instrumenti pravne regulative. Na kraju, dat je

predlog novog upravljačkog modela operacionalizacije predloženih rešenja. Posebno se ukazuje na neophodne korake koje treba preduzeti u implementaciji Strategije, kako bi se trgovina Republike Srbije modernizovala i približila standardima Evropske Unije.

Definisanje strategije trgovine u Republici Srbiji

Posle političkih promena oktobra 2000. godine, nova demokratska vlast u Srbiji u periodu 2001 – 2007 usvojila je preko 30 strateških dokumenata za efikasno sprovođenje tranzicionih i reformskih procesa i ostvarivanje dinamičnog privrednog rasta i razvoja. Kao svojevrsni svodni dokument, Vlada Republike Srbije je usvojila Nacionalnu strategiju privrednog razvoja Srbije do 2012. godine, koja na konzistentan i celovit način definiše osnovne ciljeve, strateške pravce i razvojne prioritete naše temlje, kao i načine njihovog ostvarivanja. Strategija predstavlja ambiciozan, ali i ostvarljiv plan čija realizacija pretpostavlja demokratsku i proevropsku orijentaciju Srbije i koji istovremeno maksimalno afirmiše i aktivira ljudske, materijalne i privredne potencijale Srbije i njene razvojne prednosti.

Srbija je iz početne zakoračila u višu razvojnu fazu koju, prema međunarodnim kriterijumima, karakteriše BDP od 3000 dolara do 9000 dolara po stanovniku. Sektor usluga i njegove glavne komponente (trgovina, saobraćaj, telekomunikacije) postaje sve značajniji sektor formiranja BDP-a gde je naglasak na pojačanoj izvoznoj orijentaciji privrede i diversifikovanoj izvoznoj strukturi sa većom dodatnom vrednošću.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com