

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Organizacija i funkcionisanje trgovine na malo". Rad ima 7 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.

Organizacija i funkcionisanje trgovine na malo

Савремени приступ у научном изучавању трговине на мало – малопродаје

Појам малопродаје као последње фазе промета

Малопродаје је веома комплексна привредна делатност. У савременим условима представља подручје које је недовољно истражено у систему економских наука. Отуда још увек не постоји заокружена теорија малопродаје. Приступи изучавању малопродаје могу бити вишеструки. Поставља се питање, шта је малопродаја? Малопродају би могли дефинисати као: организовану фазу у каналима дистрибуције, између произвођача и финалних потрошача. Она обележава фазу у којој се успоставља контакт, између произвођача и финалних потрошача. Најчешће се малопродаја дефинише као скуп активности које се укључују у процес продаје робе и услуга финалним потрошачима за непосредну потрошњу.

Четири основна приступа у научном изучавању малопродаје

Постоје најмање четири основна прилаза у изучавању малопродаје.

Први, се односи на сагледавање њеног места и улоге у процесу друштвене репродукције.

Други, се односи на чињеницу да се ради о фази у каналима дистрибуције.

Трећим, приступом се истражује процес управљања носилаца функција промета на мало, док се

Четвртим, приступом истиче малопродаја као социјална институција у друштву.

У савременој литератури из ове области се повлачи да малопродаја представља један од базичних сектора у макроекономији. У развоју економске мисли, централно питање у вези са трговином, а тиме и са малопродајом, односило се на карактер рада са становишта стварања нове вредности. Трговина игра битну улогу у корелацији између произвођача и потрошача. У савременим условима истраживања у сфери малопродаје оцењује се које институције малопродаје имају могућност интензивнијег развоја. Малопродаја може да се изучава као посредник у каналима дистрибуције. Институције малопродаје могу се мотивисати да се боре за што веће економске резултате, уз рентабилност, продуктивност, економичност и ефикасност пословања. Канали дистрибуције се огледају у облику вертикалног система маркетинга, (канала маркетинга који обухвата произвођача, трговину на велико, трговину на мало и крајњег потрошача). Мења се подручје изучавања малопродаје, јер оно добија данас нову димензију. У суштини оно представља низ активности у вези са: набавком, продајом, промоцијом, презентацијама асортимана, контролом залиха, складиштењем, ценама и финансијама. Ове активности могу да се посматрају из угла детаљисте или произвођача, трговине на велико и организације потрошача.

Настанак и развој теорије малопродаје

У изучавању малопродаје присутан је парцијалан приступ. На основу изложеног, долазимо до дефиниције малопродаје која гласи: малопродаја је комплексна и динамична привредна активност, која се не може целовито разумети без појединих парцијалних теорија. Теорија малопродаје пружа опште спознаје у овој привредној делатности, њеном макро карактеру, месту у систему маркетинга и у целокупном друштвено економском систему. Малопродају можемо посматрати као подсистем и значајну институцију маркетинга. Истиче се њена улога у задовољавању потреба и захтева финалних потрошача. Битна је њена оцена са становишта друштвено-политичког окружења, нивоа привредне развијености и осталих елемената њеног окружења. Малопродајна структура је функција њеног окружења. На нижем нивоу привредне и друштвене развијености преовлађују мање трговинске организације и обрнуто.

Место и улога малопродаје у процесу друштвене репродукције

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com