

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Stanje, problemi i specifičnosti trgovine u Srbiji". Rad ima 45 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.

## Садржај

Увод .....	4
1. Појам трговине .....	6
1.1. Међународна трговина .....	7
1.2. Структурне промене у трговини крајем 20. века .....	9
1.3. Основне законитости развоја трговине .....	10
2. Стање и специфичности трговине у Србији .....	15
2.1. Трговинска политика .....	15
2.2. Дефинисање стратегије трговине у Републици Србији .....	17
2.3. Осврт на интензивне токове у промени структуре трговине у Србији .....	18
2.4. Трговина на велико у каналима маркетинга .....	20
2.5. Осврт на остале институције у каналима маркетинга .....	24
2.6. Платформа за будуће транзиционе и развојне токове у каналима маркетинга .....	25
2.7. Основне пројекције трговине и трговинске мреже у Србији .....	26
2.8. Концепт трговинске политике у функцији изградње модерних канала маркетинга на домаћем тржишту .....	27
2.9. Услови за обављање трговине на мало .....	29
3. Проблеми трговине у Србији и да ли за њих постоји решење? .....	31
3.1. Неповољне пословне перформансе наше трговине .....	32
3.2. Пројекција кључних индикатора трговинских сектора .....	33
3.2.1. Пројекција глобалних индикатора .....	33

3.2.2. Пројекција малопродајне мреже .....	34
3.2.3. Кључни правци трансформације трговине на велико .....	35
3.2.4. Стратегија интернационалне трговинске (малопродајне) активности .....	36
3.3. Парцијалне стратегије развоја трговине .....	37
3.3.1. Стратегија регионалног и просторног развоја трговине .....	37
3.3.2. Стратегија развоја електронске трговине .....	39
3.3.3. Неопходност подржавања малих трговинских предузећа .....	39
3.3.4. Стратегија циљане приватизације преосталих капацитета у трговини .....	40
Закључак .....	41
Литература .....	44

## Увод

Све до појаве специјализације трговине по струкама и браншама, трговци су се бавили продајом свих артикала до којих су могли доћи. Изузетно, специјализована трговина по струкама јавила се у средњем веку, и то само на тржиштима привредно најразвијенијих држава.

Стално ширење асортимана робе у трговини доводило је у опасност велику сваштарску трговину и често изазивало губитке. Као што се занатлије специјализују за производњу одређених производа, и у трговини отпочиње продаја одређених сродних робних група. Универзална трговина могла је да се обавља само у условима незнатних тржишних вишкова и не тако широког асортимана робе. Продаја робе једне групе производа није обезбеђивала трговцу егзистенцију јер је промет био мали.

У даљем развоју привреде, а у оквиру ње и трговине, појава сталне трговине и географска открића утицали су да се тржиште и асортиман робе прошире, а захтеви потрошача да купују стално производе одређених група код појединих трговаца порасту. Потрошња робе на тако развијеном светском тржишту није могла да буде задовољена у условима ситне занатске производње.

Масовна производња робе омогућила је специјализацију трговине по струкама, а истовремено и сталност обављања трговинских послова на одређеном простору. Са појавом трговине на велико јавља се трговина на мало, и обратно. Постоје подаци да је Атина у Пиреју, који је у 5. веку био центар трговине на велико отворила магацин у коме је било свега. Али, исто тако, подаци говоре о томе да су занатлије, пољопривредници и сточари продавали своје производе на мало.

...

-----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)