

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

PREDMET: **Marketing informacioni sistemi**

TEMA: **Marketing istraživanje i istraživanje tržišta**

1.UVOD

Savremeno tržište karakteriše kompleksnost, turbulentnost i porast neizvesnosti izazvan čestim pojavama inovacija u svim oblastima poslovanja. Inovacije jačaju kompetitivnost i dovode do diskontinuiteta koji utiče na prestanak važenja dotadašnjeg načina poslovnog razmišljanja, odlučivanja i akcije. Preduzeća su primorana da neprekidno prikupljaju informacije i o svom unutrašnjem okruženju (o sopstvenim snagama i slabostima), ali pre svega o spoljnom okruženju -potrošačima, konkurentima, partnerima, državi i njenoj ekonomskoj politici. Informacije su bitne ne samo zbog praćenja okruženja, već i zbog predviđanja kretanja u okruženju, ali i zbog kreiranja promena koje bi mogle unaprediti poslovanje i poboljšati konkurentnost preduzeća. Zbog svega navedenog značaj koji informacije imaju za jedno preduzeće, bez obzira na njegovu veličinu i delatnost kojom se bavi, ogroman je. Bez kvalitetnih informacija nema ni kvalitetnih poslovnih odluka. Karakteristike kvalitetnih informacija su:

1. preciznost
2. tačnost
3. pravovremenost
4. potpunost
5. jasnost

Savremena preduzeća prihvatila su marketing koncepciju po kojoj je u fokusu preduzeća potrošač, njegove potrebe i želje. Da bi uspešno poslovalo, preduzeće mora da upozna potrošača svojih proizvoda/usluga, da prepozna njegove potrebe, da bude sposobno da ih predvidi i da ih zadovolji bolje nego konkurencija. Zbog toga, neophodno je kontinuirano prikupljati informacije o potrošačima kako bi se donosile kvalitetne poslovne odluke koje će uticati na poboljšanje pozicije koje preduzeće zauzima na tržištu. Razlozi zbog kojih preduzeća u savremenim uslovima poslovanja prihvataju marketing koncepciju i teže da na što efikasniji način prikupljaju, obrađuju i koriste informacije su:

1. jačanje konkurencije i neophodnost inovacija,
2. porast značaja različitih tehnologija, a naročito informacionih,
3. globalizacija,
4. sve veći zahtevi potrošača,
5. ponuda veća od tražnje - tržište kupca,
6. porast troškova marketinga - neophodnost da se marketinške aktivnosti obavljaju efikasnije i efektivnije,
7. neizvesnost.

Marketing istraživanja tržišta najbolje je započeti kao u svakoj nauci, postavljanjem osnovnih pitanja; šta, kako, kada i zašto. Prevedemo li ova opšta pitanja na koje nauka traži odgovor na uobičajni jezik, onda u kontekstu marketinga, tražimo odgovore na pitanja:

ŠTA..

- naš proizvod znači svakom od utvrđenih ciljnih grupa, -naš proizvod znači kupcu u odnosu na supstitute proizvoda -naš proizvod znači kupcu u odnosu na proizvode konkurencije. -koje su to koristi koje kupac od proizvoda očekuje.

ZAŠTO...

- kupci kupuju naše proizvode
- su ranije kupovali , a sada su prestali kupovati,
- kupuju supstitute proizvoda,
- kupuju proizvode konkurencije,
- uopšte ne kupuju takvu vrstu proizvoda.

KADA ...

- treba da ukaže da li se radi o proizvodu sa stalnim tržištem ili se radi -o proizvodu sezonskog, prazničkog karaktera.

KAKO ...

- ući na tržište i pristupiti kupcu
- oblik plaćanja (kredit,zamjena staro za novo lizing i dr.)

GDE ...

- mesto kupovine (maloprodaja, veletrprodaja, izvoz i dr.) - raspored proizvoda u prodavnici

Do sada stečena znanja iz područja mundologije - kulturno civilizacijskih paradigmi, socijalne psihologije, ponašanja grupe, psihologije ponašanja pojedinaca i osobine naroda omogućuje nam da se kod kontinuiranog procesa istraživanja tržišta i marketinga primjeni integralna nauka. Dakako da će poslije sticanja znanja u instrumentima marketinga miksa (proizvod, kanali, cene i promocija, promotivni miks, prodaja, propaganda i odnosi s javnošću) biti otklonjene sve dileme, odnosno sposobnost da se mikroekonomija tržišno promišlja, znatno porasti, što danas kod nas nije situacija.

7.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI
NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI, DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE

DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA **maturskiradovi.net@gmail.com**

8.

9.