

Sadržaj

UVOD.....	5
1. PREDMET I CILJ POKRETANJA POSTUPKA ISTRAŽIVANJA KOD PROIZVODNIH PREDUZEĆA.....	7
1.1. Postupak istraživanja tržišta kod proizvodnih preduzeća.....	7
2. ZNAČAJ POSTUPKA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA U PROIZVODNOM PREDUZEĆU.....	10
3. ELEMENTI POSTUPKA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA OD ZNAČAJA ZA PROIZVODNO PREDUZEĆE.....	13
3.1. Postupak istraživanja potencijala tržišta jedne zemlje i obima prodaje koji se može ostvariti.....	13
3.2. Kvalitativna i kvantitativna analiza tržišta.....	13
3.3. Analiza tražnje za proizvodima proizvodnog preduzeća.....	14
3.4. Analiza konkurencije u odnosu na proizvode proizvodnog preduzeća.....	14
3.5. Analiza ponašanja kupaca i potrošača na odabranom tržištu.....	14
3.6. Analiza uvoza u postupku istraživanja tržišta.....	15
3.7. Analiza cijena u postupku istraživanja tržišta.....	15
3.8. Analiza distributivne mreže u postupku istraživanja tržišta.....	18
4. NAJČEŠĆE VRSTE METODA U POSTUPKU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	21
4.1. Osnovne metode u postupku istraživanja tržišta.....	21
4.1.1. Istorijska metoda u postupku istraživanja tržišta.....	21
4.1.2. Metoda posmatranja u postupku istraživanja tržišta.....	21
4.1.3. Metoda ispitivanja u postupku istraživanja tržišta.....	22
4.2. Temeljne metode koje se najčešće koriste u postupku istraživanja tržišta.....	22
5. POSTUPAK ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA I SEGMENTACIJA TRŽIŠTA.....	24
5.1. Segmentacija tržišta proizvoda široke potrošnje u postupku istraživanja tržišta.....	25
5.3. Uspješnost segmentacije tržišta u postupku istraživanja tržišta.....	27
6. IZBOR MARKETING STRATEGIJE - USLOV USPJEŠNO SPROVEDENOG POSTUPKA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	28
6.1. Postupak istraživanja tržišta i analiza marketing okruženja.....	28
6.1.1. Analiza internog marketing okruženja u postupku istraživanja tržišta.....	28
6.1.2. Analiza eksternog marketing okruženja u postupku istraživanja tržišta.....	29
6.2. Strategija odabira ciljnog tržišta definisana u postupku istraživanja tržišta.....	29
6.2.1. Nediferencirani marketing.....	30
6.2.2. Diferencirani marketing.....	31
6.2.3. Koncentrisani marketing.....	31
7. DEMONSTRACIJA ISTRAŽIVANJA: ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA VIRTUELNOG PROIZVODNOG PREDUZEĆA “FRUIT” d.o.o KALESIJA.....	32
7.1. Lična karta preduzeća “FRUIT” d.o.o Kalesija.....	32
7.1.2. Proizvodnja u preduzeću “FRUIT” d.o.o Kalesija.....	32
7.1.3. Primjena nauke, tehnološki standardi i oprema u preduzeću “FRUIT” d.o.o Kalesija.....	33

7.1.4. Planovi razvoja u preduzeću “FRUIT” d.o.o Kalesija	33
7.1.5. Inovacije i marketing u preduzeću “FRUIT” d.o.o Kalesija	33
7.1.6. Sajmovi i priznanja preduzeća “FRUIT” d.o.o Kalesija	34
7.1.8. Reference preduzeća “FRUIT” d.o.o Kalesija.....	34
7.2. Postupak istraživanja tržišta za potrebe virtuelnog preduzeća “FRUIT” d.o.o. Kalesija (autor i saradnici).....	34
7.3. Rezultati sprovedenog istraživanja.....	42
ZAKLJUČAK.....	43
POPIS SLIKA	44
L I T E R A T U R A	45