

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	- 6 -
1.1. Predmet istraživanja.....	- 7 -
1.2. Cilj i svrha istraživanja .....	- 7 -
1.3. Hipoteza istraživanja.....	- 7 -
1.4. Metode istraživanja.....	- 7 -
1.5. Struktura rada .....	- 8 -
2. TRŽIŠTE.....	- 9 -
2.1. Pojam tržišta .....	- 9 -
2.2. Klasifikacija tržišta .....	- 11 -
2.2.1. Tržište posmatrano sa geografskog aspekta .....	- 11 -
2.2.2. Tržište posmatrano sa aspekta tržišnih sturktura.....	- 12 -
2.2.3. Tržište posmatrano sa aspekta marketinga.....	- 13 -
2.2.4. Tržište posmatrano sa stanovišta predmeta kupoprodaje.....	- 14 -
2.3. Funkcija tržišta.....	- 15 -
2.3.1. Informativna funkcija .....	- 16 -
2.3.2. Alokativna funkcija .....	- 17 -
2.3.3. Selektivna funkcija.....	- 19 -
2.3.4. Distributivna funkcija .....	- 19 -
3. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA.....	- 21 -
3.1. Pojam marketinga .....	- 22 -
3.1.1. Marketing kampanje .....	- 23 -
3.1.1.1. Brza kampanja .....	- 24 -
3.1.1.2. Marketing kampanja .....	- 25 -
3.2. Izvori podataka.....	- 26 -
3.2.1. Metode prikupljanja podataka .....	- 28 -
3.2.2. Eksperimentalni metod .....	- 29 -
4. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA (primjer) .....	- 30 -

4.1. Podaci o preduzeću .....	- 30 -
4.2. Cilj anketiranja.....	- 30 -
4.3. Uvodna razmatranja .....	- 30 -
4.4. Ukupna analiza anketa u svim maloprodajnim objektima .....	- 31 -
4.5. Rezultati ukupne opservacijske ankete za sve maloprodajne objekte .....	- 38 -
4.6. Strategija unapređenja poslovanja na osnovu anketnog istraživanja tržišta.....	- 41 -
5. ZAKLJUČAK .....	- 44 -
6. LITERATURA .....	- 45 -
7. PRILOZI .....	- 47 -