

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Osnove marketing koncepta". Rad ima 47 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.

Osnove marketing koncepta 1

1.Razvoj proizvodnih snaga i marketing koncepta

Sadašnji sistem savremenog načina privređivanja nije nastao odjednom, već se do njega došlo kroz određene procese evolucije proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa. Taj proces se ispoljavao u određenim etapama, počev od tzv. sakupljačke privrede pa sve do savremenih oblika masovne proizvodnje. Razvojem proizvodnih snaga u prvom redu, proces je istorijskom nužnošću iz jednog oblika privređivanja prelazio u drugi, viši oblik, ali noseći sa sobom u većoj ili manjoj meri različite ostatke prošlosti, tako i začetke budućeg progressa. U zavisnosti od stanovišta posmatranja, proces privređivanja je moguće podeliti na nekoliko etapa. Postoji više podela. Ako se, na primer, za podelu uzme vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju kao dominantnog elementa za klasifikaciju, ekonomska istorija, politička ekonomija i slične naučne discipline dele proces razvoja ljudskog društva na prvobitnu zajednicu, robovlasništvo, feudalizam, kapitalizam, socijalizam.

U literaturi, kada se govori o podelama u proizvodnji i o odnosima koji vladaju u tom sistemu privređivanja, sistem privređivanja se uzima kao kriterijum za podelu. Na osnovu tog kriterijuma proces privređivanja je prošao kroz nekoliko etapa. Te etape su: tzv. etapa sakupljačke privrede, manufakturna etapa, industrijska etapa i postindustrijska etapa. Industrijski način privređivanja u kojem dominira snažan razvoj robno-novčanih odnosa znači, tržišta, karakterističan za sadašnju etapu razvoja proizvodnih snaga, postepeno je prolazio kroz nekoliko faza privređivanja.

Iako se stepen razvijenosti proizvodnih snaga i odnosa istorijski posmatrano menjao, treba napomenuti da je već od svojih prvih pojava oblika tržišta bilo u većoj ili manjoj meri, nezaobilazan regulator odnosa između ponude i tražnje. Analiza sistema privređivanja vezana za period od pojave industrijske etape razvoja proizvodnih snaga do danas, upućuje na postojanje kontinuelnog razvojnog procesa, gde dominiraju određene zakonitosti u domenu osnovne orijentacije što je naročito naglašeno u poslovnoj delatnosti proizvodnih organizacija koje se najčešće kategorizuju u tri faze: proizvodna faza i /ili orijentacija, prodajna faza i/ili orijentacija i marketing poslovna faza, odnosno orijentacija. (1, str.1-2).

Proizvodna orijentacija, kao prva etapa, karakteristična je za onaj period proizvodnje kada je ona imala, uglavnom, lokalni i regionalni karakter. Obim proizvodnje koji je bio ograničen njim kao i asortimanom, snabdevao je lokalno područje. Pored toga, dostignuti obim proizvodnje je bio nedovoljan da podmiri potrebe lokalnog tržišta, pa dolazi do takve situacije da na tržištu postoji neravnoteža između robnih i kupovnih fondova. Naime, osnovni problemi koji se javljaju u procesu proizvodnje vezuju se za povećanje iste, jer je tražnja veća od ponude. Što se tiče plasmana proizvoda ne javlja se problem realizacije, već kako povećati proizvodnju za koju postoji platežno sposobna tražnja. Osnovna karakteristika proizvoda u ovoj fazi je da su masivni, trajni i pouzdani, ali i kabasti.

Ova faza tj. orijentacija na proizvodnju, posmatrana sa vremenskog aspekta je najduži period razvoja marketinga, koji je trajao sve do polovine prošlog veka. Karakteristična je za zemlje u tranziciji, a i danas

je prisutna u pojedinim delatnostima, naročito u oblasti usluga. U našem okruženju, ova orijentacija je prisutna u oblasti zdravstva, školstva, bankarstva, saobraćaju, naročito putničkom, na železnici, PTT uslugama i sl.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com