

Emir Ahmetović, dipl. oec. - Magistarski rad

Fakultet/Akademija	EKONOMSKI FAKULTET
Tip Rada	Magistarski rad
Kandidat, zvanje	Emir Ahmetović, dipl. oec.
Naziv Teme	Kanali distribucije kao determinanta marketing odlučivanja proizvođača prehrambenih proizvoda u Bosni i Hercegovini
Rezime/Abstract	<p>Magistarski rad je urađen na 195 stranica A4 formata, od čega sadrži 172 stranice osnovnog teksta, a ostatak se odnosi na popis literature, sadržaj rada, popis slika i tabela i na priloge rada. U toku istraživanja korišteno je 47 knjiga, 14 članaka i 14 internetskih izvora. Referencna građa je adekvatna predmetu istraživanja. Rad je strukturiran tako da pored uvodnih i zaključnih razmatranja, popisa literature i priloga, sadrži četiri poglavlja u kojima je, u okviru osnovnog teksta, tematizirana materija ilustrirana sa 46 slika i 5 tabela. Na temeljima usvojenog metodološkog pristupa i postavljenih ciljeva istraživanja, rad je teorijsko-empirijski strukturiran tako da se teorijski dio pretežno izlaže u prva tri poglavlja, dok su rezultati empirijskih istraživanja predstavljeni u četvrtom poglavlju. U radu se polazi od toga da su adekvatan odabir i upravljanje kanalima distribucije jedan od odlučujućih faktora tržišnog pozicioniranja preduzeća. Odabirom adekvatnih kanala distribucije, te njihovim pravilnim upravljanjem, proizvođači prehrambenih proizvoda na tržištu BiH u značajnoj mjeri utiču na tržišnu poziciju preduzeća, a samim time i na finansijske rezultate poslovanja. Predmet istraživanja je teorijski i praktični aspekt uticaja kanala distribucije na tržišnu pozicioniranost i troškovnu efikasnost proizvođača prehrambenih proizvoda u BiH. Uticaj kanala distribucije na poslovanje proizvođača prehrambenih proizvoda u BiH je analiziran kroz prizmu postojeće tržišne strukture i tržišnih odnosa između subjekata u kanalima distribucije na tržištu BiH. Poseban značaj ovog rada ogleda se u određivanju sistemskog pristupa upravljanja kanalima distribucije, te utvrđivanju faktora koji dominantno determinišu odluke proizvođača prehrambenih proizvoda u BiH prilikom oblikovanja i strukturiranja svojih distributivnih kanala. Ključne riječi: kanali distribucije, izbor kanala distribucije, upravljanje kanalima distribucije.</p>
Datum	03.01.2013
Predsjednik	Dr sc. Mustafa Sinanagić, redovni profesor Uža naučna oblast: „Marketing“ Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Mentor	Dr sc. Ermina Smajlović, docent Uža naučna oblast: „Marketing“ Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	Dr sc. Sejfudin Zahirović, redovni profesor Uža naučna oblast: „Teorija odlučivanja“ (Kvantitativna ekonomija) Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
Član komisije	-
Član komisije	-
Zamjenski član	-
Dodatni detalji i lokacija	03.01.2013. godine sa početkom u 10,00 sati na Ekonomskom fakultetu u Tuzli
Završne Odredbe	Pristup javnosti je slobodan. Magistarski rad se može pogledati u Sekretarijatu fakulteta svakim radnim danom od 08,00-16,00 sati.