

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Kriterijumi izbora međunarodnog tržišta". Rad ima 13 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.

## Uvod

Dosadašnje analize pokazuju da je konkurentnost domaćih preduzeća, proizvoda i usluga u Srbiji na relativno niskom nivou. To je prvenstveno posledica ukupnog stanja u ekonomiji i unutrašnjih ograničenja. S obzirom na veličinu domaćeg tržišta i njegove apsorpcione moći jasno se vidi da proizvodnja roba i usluga većinom za domaće tržište ne može biti osnova za ubrzani rast. Neophodno je uticati na povećanje konkurentnosti domaćih proizvođača kako na domaćem tržištu, tako i na podsticanje da plasiraju svoje proizvode i na drugim tržištima. Da bi proizvodi bili konkurentni na inostranom tržištu potrebno je osavremeniti proizvodnju, preradu, pakovanje, kao i pronaći nove načine prodaje. Takođe je potrebno usklađivanje standarda i drugih propisa o kvalitetu sa standardima EU. Pokretanjem kampanje i pružanjem stimulativnih mera, od strane državnih institucija, mora se izvršiti uticaj na domaće proizvođače da prihvate kriterijume međunarodnog tržišta, da podignu kvalitet proizvoda i da prihvate ekonomičnije poslovanje, kako bi cenom i kvalitetom bili konkurentniji, kako na domaćem tako i na inostranom tržištu. Sve ovo ukazuje na nužnost visoko otvorene privrede i potrebu razvojne strategije upućene na spoljno tržište. To podrazumeva da se mora utvrditi koje su nam robe strateške i da shvatimo značaj zajedničkog nastupa. Takođe, kao važan segment korišćenja domaćih resursa predstavlja i bolje povezivanje sektora, posebno primarne proizvodnje, prerađivačkih kapaciteta, turizma i distributivnih mreža.

Brojne studije privredne prakse ukazuju na činjenicu da su osnovne slabosti u sprovođenju u neadekvatnosti organizacije preduzeća. Promene u strategiji i strukturi međunarodnog tržišta, i predstavljanja na istom, mogu biti ključne za poslovanje preduzeća. Zbog toga, međunarodno tržište u 21. veku igra značajnu ulogu u miksu poslovnih funkcija da se poboljšaju rezultati poslovanja preduzeća. Preduzeća koja žele da budu stvarno tržišno orijentisana treba da obrate pažnju na: istraživanje okruženja, istraživanje promena na tržištu, evoluiranje potreba potrošača, MIS, povećanja značaja mikro tržišta, sofisticirani ukus potrošača, obezbeđenje izuzetnih usluga, konkurenciju, globalizaciju. Da bi preduzeće poslovalo sa manjom neizvesnošću, potrebno je da pre svega, sagleda okolinu u kojoj posluje, i time utvrdi da li ta okolina utiče pozitivno ili negativno na ostvarivanje misije preduzeća. Pri tome treba sagledati sve eksterne i interne faktore koji su ključni faktor delovanja na dugoročnu strategiju preduzeća. S obzirom da tržište ima tendenciju stalnog menjanja, neophodno je pratiti ga, i strategiju poslovanja, organizaciju i celokupan razvoj preduzeća usmeriti u tom pravcu. Preduzeće treba da prati modne detalje i da ih ugrađuje u svoje proizvode, a da bi se ostalo u trendu potrebno je što više inovacija proizvoda i usluga, jer su prohtevi tržišta u 21. veku sve oštriji. S obzirom da je potrošač ključni faktor celokupnog poslovanja preduzeća, savremena koncepcija međunarodnog tržišta bi trebala posebno da obrati pažnju na potrebe potrošača, način zadovoljenja tih potreba, zadovoljstvo potrošača izvršenom uslugom..., jednom rečju, u kom pravcu se kreću i menjaju potrebe potrošača, u tom pravcu bi se trebala kretati i menjati, odnosno prilagođavati dugoročna strategija preduzeća. S obzirom da je ključni momenat u izboru proizvoda, kvalitet istog, preduzeća bi posebno

trebala da obrate pažnju na to, ukoliko žele da dostignu konkurentsku poziciju na tržištu, a samim time i da budu ispred svojih konkurenata.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**