

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Analiza konkurentskog okruženja". 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.

Садржај

| | |
|---|----|
| Увод | 3 |
| 1. Гранска конкуренција | 5 |
| 1.1. Фрагментисане гране | 6 |
| 1.2. Гране у настајању | 7 |
| 1.3. Зреле гране | 8 |
| 1.4. Гране у опадању | 9 |
| 2. Конкурентске снаге | 11 |
| 3. Стратегијске групе | 14 |
| 4. Крива искуства | 15 |
| 4.1 Стратегијске импликације | 18 |
| 4.2 Ограничења криве искуства | 20 |
| 5. Портфолио концепт | 20 |
| 5.1 Портфолио модел БКГ (Матрица релативно тржишно учешће / раст тржишта)... | 21 |
| 5.2 Портфолио модел МекКинси / General electric (Матрица атрактивности индустрије / снага посла) | 27 |
| 5.3 Шелов модел (Матрица политике усмеравања) | 30 |
| 5.4 АДЛ Матрица (Потрфолио матрица животног циклуса) | 32 |
| 6. Поређење (Бенчмаркинг) | 34 |
| 6.1 Порекло и дефиниција појма "бенчмаркинг" | 34 |
| 6.2 Употреба и значај поређења (бенчмаркинга) | 34 |
| 6.3 Типови поређења | 36 |
| 6.4 Процес поређења | 38 |
| 6.5 Стратегијски бенчмаркинг | 43 |
| Закључак | 45 |

Увод

Повећање динамичности, комплексности и све веће зависности предузећа од окружења довело је до стратегијски оријентисаног система управљања занованог на анализи окружења. Анализа окружења (утврђивање шанси и опсаности) и анализа потенцијала предузећа (утврђивање снага и слабости) чини ситуациону анализу. Да би се могле проценити сопствене релативне снаге и слабости, неопходно је познавати могућности и опасности у будућем екстерном окружењу. Примарна сврха стратегијског управљања је у оптимизирању „усклађености“ између предузећа и његовог окружења. Одређивање одговарајуће стратегије за предузеће почиње анализом и предвиђањем кретања релативних фактора његових ближих и даљих окружења. Без узимања у обзир релативних утицаја није могуће формулисати добру стратегију. Прави се разлика између екстерног и интерног окружења.

Екстерно окружење се дели на:

- 1) опште и
- 2) конкурентско окружење.

Другим речима извори конкурентске предности су како у интерном, тако и у општем и у конкурентском окружењу. Са повећањем брзине и величине промена, повећава се потреба за што ширим и дубљим увидом у факторе окружења. Фактори екстерног окружења су изван директне контроле предузећа и могуће их је на различите начине класификовати. Полазећи од степена његове стабилности, прави се разлика између стабилног (мале и предвидиве промене), динамичног (значајне и предвидиве промене) и турбулентног (значајне и непредвидиве промене) окружења.

Анализом општег окружења антиципира се утицај фактора који одређују стање привредног амбијента.

Конкурентција је механизам који одваја успех од неуспеха и конкурентска утакмица се одвија у грани. Грана је арена у којој конкуренти, користећи стратегију, настоје да остваре профитабилну и трајну позицију.

На избор стратегије утичу два елемента:

- 1) атрактивност гране и
- 2) релативна позиција предузећа у односу на конкуренте.

Гране се разликују не само по нивоу просечне профитабилности, већ и по дужини трајања периода профитабилног пословања. Такође за избор стратегије битан фактор представља и релативна позиција предузећа. Постоје ситуације где предузеће из веома атрактивних грана генеришу знатно мању вредност од гранског просека као и што постоје ситуације у којима у неатрактивним гранама предузећа генеришу знатно веће вредности од просечних. Због тога што се нико не мири са ситуацијом и сви настоје да примене најбоље стратегије, атрактивност гране и р

OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.
www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com