

Pregled slika

1. Slika 1. Oblici uređenja industrije.....	4
2. Slika 2. Vrste konkurentskih prednosti.....	6
3. Slika 3. Model pet konkurentskih sila.....	7
4. Slika 4. Organizacijski vrijednosni lanac-McKinsey & Co.....	9
5. Slika 5. Organizacijski vrijednosni lanac-Porter M.....	10
6. Slika 6. Plan za razvoj ključnih kompetencija.....	12
7. Slika 7. Iščezavanje ključnih kompetencija.....	13
8. Slika 8. Temelji konkurentskih prednosti.....	14
9. Slika 9. Veza ekonomije obima i efekata učenja.....	15
10.Slika 10. Uticaj kvaliteta proizvoda na profitabilnost preduzeća....	18
11.Slika 11. Ostvarivanje optimalnog kvaliteta proizvoda.....	20
12.Slika 12. Demingov krug.....	22
13.Slika 13. Model procesa inovacija.....	24
14.Slika 14. Tipovi generičkih poslovnih strategija.....	26
15.Slika 15. Efekti strategija konfrontacije u stvaranju vrijednosti.....	30

U V O D

Svijet u kojem živimo je postao gladijatorska arena u kojoj se pravila borbe iz dana u dan mijenjaju. Ono što je do jučer bilo tradicionalno, danas postaje samo popratna aktivnost. Zbog toga sredina u kojoj posluju preduzeća postaje sve nestabilnija i sve je teže preživjeti a pogotovu je postalo teško ostati na vrhu.

Promjene se dešavaju gotovo svakodnevno. Kupci postaju sve zahtjevniji i obrazovaniji, potražnja se mijenja, tržišta se liberalizuju, formiraju se mnogobrojni ugovori o slobodnoj trgovini između zemalja, mnoge firme se ujedinjuju radi zajedničkog tržišnog nastupa, povećanja tržišnog učešća itd. Mnogi zbog ovakvih promjena bivaju primorani na stečaj ili likvidaciju.

U eri globalizacije, na globalnom tržištu nisu prisutne samo globalne kompanije, nego sa širenjem globalnog tržišta, globalizacija stiže i na prag primarno domaćih kompanija. Sve su ovo razlozi zbog kojih se od menadžera a isto tako i od svih zaposlenih zahtjeva mnogo više, nego prije svega nekoliko godina. Nije dovoljno da smo prisutni na tržištu nego je potrebno da budemo najbolji ili među najboljim. Ovo nam govori da uvijek ili bar skoro uvijek trebamo da budemo bolji od konkurencije.

Suštinska pitanja na koja svi menadžeri pokušavaju dati odgovor je kako biti bolji od drugih preduzeća. Biti konkurentan, nije pitanje uspjeha nego pitanje opstanka. Opstanak i razvoj preduzeća zavisi od izgrađenosti njihovih globalnih konkurentskih prednosti. Preduzeća su primorana da počnu obraćati pažnju na svoje konkurente isto koliko posvećuju pažnju svojim kupcima.

Svako preduzeće treba da se aktivira na izgradnji vlastitih konkurentskih prednosti, da neprestano analizira vlastite konkurente i sve one koji će to biti u dogledno vrijeme, da svoje proizvode, cijene, distribuciju i promociju poredi sa svojim konkurentima, a sve to sa ciljem da izgradi što precizniji napad na svoje konkurente a isto tako i da može pripremiti što bolju odbranu.

Sve su ovo razlozi, a postoje i mnogi drugi zbog kojih sam se opredijelila da kroz završni seminarski rad pokušam na što bolji način analizirati konkurentne prednosti preduzeća, načine njihovog formiranja, održavanja, itd.

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

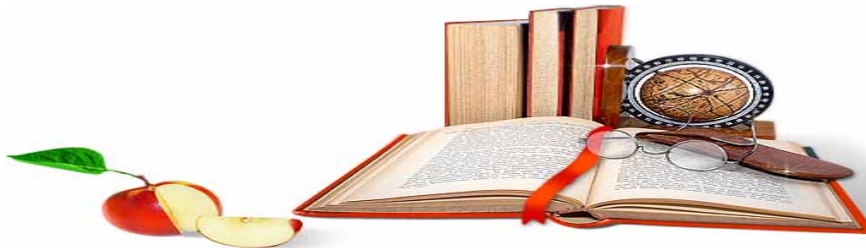
WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com