

Uvod

VIRTUELNA ORGANIZACIJA je jedan od modela nove korporativne organizacije. Virtuelna organizacija predstavlja mrežu nezavisnih kompanija (npr. dobavljača, kupaca, čak i konkurenata) koje su se udružile da bi međusobno razmenjivale znanje, delile troškove i tržišta. Izraz "virtuelan" potiče iz industrije kompjutera. Sposobnost kompjutera da stvara utisak da je njegova sposobnost memorisanja veća od njegove stvarne sposobnosti zove se "virtuelna memorija". Slično tome, budući da prikuplja resurse od raznih entiteta, virtuelna organizacija ima na izgled više sposobnosti nego što ih stvarno ima.

Smisao stvaranja virtuelne organizacije jeste da se poveća produktivnost ili konkurentna prednost firmi učesnica u zajedničkom poslu, kao što virtuelna memorija povećava kapacitet memorije. Firme učesnice udružuju se da bi iskoristile određene mogućnosti ili da bi ostvarile specifične strateške ciljeve, zatim, kada je cilj ostvaren razišle se.

Virtuelna organizacija nastaje tako što firme partneri iz svog lanca vrednosti uključuju ona područja aktivnosti u kojima su najkompetentnije ili najbolje. One privremeno "dislociraju" one aktivnosti koje će najviše doprineti specifičnom cilju, pri tom se odriču dela strateške kontrole i slede selektivnu strategiju. Takav vid strategije predstavlja zajednički napor u ostvarivanju konkurentskih prednosti za određeni posao.

Postojanje virtuelne organizacije omogućava direktno komuniciranje, razmenu znanja i informacije i na taj način premošćava organizacione granice. Premošćavanje organizacionih granica ima dugoročnu svrhu, kao npr. stvaranje novog proizvodnog sistema. U virtuelnoj organizaciji partneri dele rizik, troškove i profit.

U virtuelnoj strukturi zahtevaju se određene sposobnosti i veštine menadžmenta. Uspeh virtuelne organizacije zavisi od više stvari:

1. pravilno definisanje ključnih kompetentnosti,
2. izbor pouzdanog partnera
3. utvrđivanje zajedničke vizije
4. donošenje zajedničkog strateškog plana.

Virtuelna organizacija se pokazala kao dobar način za lansiranje novog proizvoda i osvajanje novih tržišta. Međutim, treba imati u vidu da virtuelna organizacija ima i svojih slabosti (npr. jedna od kompanija može da razvije proizvod koji će direktno konkurisati novom proizvodu koje su te dve kompanije zajedno razvile).

Menadžment 90-tih god. favorizuje ideju "boundaryless organization" (organizacija bez granica). Prema ideji J. Welcha BARRIER-FREE organizacija (oslobođeno prepreka) treba da omogući efikasniju integraciju i koordinaciju internih i eksternih granica. Ovaj model se bazira na konceptu timske organizacije i timskog menadžmenta. Ovde se favorizuje horizontalna koordinacija, za razliku od drugih modela organizacije gde se koristi vertikalna koordinacija između viših i nižih hijerarhijskih nivoa. Ovaj model organizaciju transformiše u mrežu interdivizionálnih timova i komisija sa specifičnim zadacima. Barrier-free organizacija je veliki izazov za menadžere. Od njih se očekuje da kreiraju fleksibilne, porozne organizacione granice i odgovarajući interni i eksterni sistem komunikacije. Aktivnosti preduzeća su grupisane prema srodnosti, ali nisu odvojene jasno povučenim granicama.

Radi se o novoj organizacionoj kulturi koja menja relacije menadžment-zaposleni, podstiče inovativne promene u preduzeću i u odnosima sa drugim preduzećima, institucijama i potrošačima. U barrier-free kulturi vrednuju se poverenje, pouzdanost i sposobnost prilagođavanja i prihvatanja principa demokratske organizacije. Da bi bila prihvaćena barrier-free organizacija, menadžerima se sugerise da inoviraju sistem nagrađivanja i podsticaja, zatim sugerise se program treninga koji treba da pomogne zaposlenima da razumeju i prihvate principe demokratske organizacije. Poznato je da se ljudi teško odvikavaju od onoga što su godinama upražnjavali i da se sporo privikavaju na novo, iz jednostavnog razloga što prihvatanje novog podrazumeva učenje.

Internet marketing strategija

* Eksplozivni trendovi, koje po mnogim osnovama beleži rast i sirenje aktivnosti zasnovanih na koriscenju mogućnosti, potencijala i logike internet mreže širom sveta, odavno su prevazisli pažnju samo neposrednih praktičara uključenih u operativne ili tehnološke poslove razvijanja Internet infrastrukture nego sve više postaju gotovo dnevna preokupacija širokog kruga zainteresovanih - od ljudi koji su ovim trendovima obožavani do međunarodnih organizacija, profesionalaca različitog profila i kompanija koje su na takvoj osnovi već izgradile ili žele da postave svoju poslovnu orijentaciju za budućnost.

Cinjenice govore a analitici ističu de facto postojanje jedne svetski rasirene specijne globalne tržišne strukture podvedeci je pod pojmom nove ekonomije ili ekonomije mreže (Network Economy) gde se internet ekonomija (Internet Economy) javlja ujedno i kao posledica i kao uzrok. Simultanost procesa globalizacije svetske privrede i afirmacije Interneta na praktičnom ekonomskom i poslovnom planu vidljiva je gotovo golim okom iz perspektive desetogodišnjeg razvoja na kraju ovog veka, pri čemu skoro da nikakvog posebnog značaja nema redosled pojave ili zacinjanja ova dva savremena fenomena. Ključno je da se shvati ali i prihvati da su ti procesi tu i da ne uzimajući u obzir te cinjenice može samo da znači zaostajanje u razvoju - nacionalne ekonomije, društvene zajednice, poslovnih aktivnosti preduzeća itd.

Internet i marketing se danas u ovoj fazi razvoja već nalaze u neraskidivoj i čvrstoj vezi. Za očekivati je da će njihov međusobni odnos u vremenu koje je pred nama biti još složeniji i kompleksniji iz jednostavnog razloga što se u logici i jednog i drugog pristupa

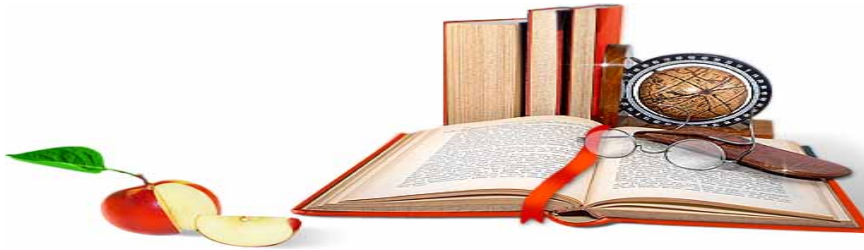
---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

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

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
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