

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Analiza preduzeća kroz lanac vrednosti". 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.

Садржај:

Увод	3
Сврха унутрашње анализе	4
Ревизија ресурса	5
Анализа интерног окружења	6
Ланац вредности	8
Закључак	13
Литература	14

Увод

Анализа спољашњег пословног окружења описана у претходном поглављу треба да се усагласи са ригорозном унутрашњом анализом ресурса, моћи и конкурентности. Традиционално, анализа је придавала велико значење спољашњем окружењу и самим тим ставила већи нагласак на спољашњу анализу. Током протеклих година велики нагласак је даван значењу ресурса и моћи као основе за прављење стратегије. Овај, на изворима заснован поглед на стратегију, посао је важнији из два главна разлога.

Прво, спољашњи свет се сматра непредвидљивим, тако да постоје ограничења вредности детаљног проучавања његовог садашњег стања. Друго, пословни успех може настати коришћењем и стварањем јединствених квалитета предузећа, што се може разумети гледањем према унутра. Унутрашња анализа се сада види бар толико важна као и спољашња анализа и можда способна за обезбеђење више стабилних основа за будућу стратегију. У пракси, потребне су и унутрашња и спољашња анализа и ниједна од њих није потпуна без оне друге.

Сврха унутрашње анализе

Термини употребљени за интерне атрибуте различити су код различитих аутора, па је стога неопходно дефинисати термине онако како ћемо их и користити у овој књизи. Извори су опипљиви, видљиви и релативно лаки за мерење. Они укључују фабрике и машине, патенте, име и школовано особље. Извори су ретко јединствени за предузећа и обично се стичу. Способности су мање опипљиве и резултирају из ресурса организације, унутрашњих система и вештина. Способности су ретко јединствене и многе од њих веома често могу наћи код конкурената у истој индустрији. Карактеристичне способности су оне способности које су довољно ретке да би их купци разликовали од способности присутних код конкурената. Карактеристичне способности су видљиве

за конкурентности и подложне имитацији током времена. Срж конкурентности је најређи и највреднији унутрашњи атрибут. Срж конкурентности је скуп одговарајућих способности које дају конкурентну предност. Права срж конкурентности је ретка, али веома вредна када се идентификују.

Целокупна сврха унутрашње анализе је да идентификује посебне карактеристике предузећа које ће му обезбедити да задовољи постојеће или будуће захтеве купаца боље од садашњих или будућих конкурената. Ово имплицира потребу за два основна текста у процени способности – вредност за будуће купце и различитости од конкурената. Не постоји способност од неке важности све док купац нема потребу за њом и жељи да је плати; нема значајне конкуренције ако је сви конкуренти имају у превеликој мери и могу да је примењују са истим или бољим могућностима или вештинама.

Једина последица заузимања становишта базираног на изворима је да настајање стратегије постаје исто тако закупљено стварањем ресурса и способностима као и са искоришћавањем пословних прилика и заузимања тржишне позиције. Балансиране стратегије имају за циљ да створе способности за искоришћавање будућих прилика.

Постоји широки распон оквира и техника за унутрашњу анализу као што је то случај и са спољашњом анализом. Што се тиче спољашње анализе, избор средстава ће зависити од контекста и расположивих података. Средства се могу сврстати у две групе. Средства у првој групи се односе на процену појединачних предузећа и стога су посебно релевантна за формулисање конкурентне стратегије. Средства која припадају другој групи односе се на процену вишеструких предузећа па су на тај начин посебно важна за формулисање корпоративне стратегије. У оба случаја средства процене имају важну улогу у обезбеђењу образложења за подржавање стратегијског избора.

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

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com