

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Netržišno poslovno okruženje". Rad ima 12 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
1. Дефинисање и значај тржишног и нетржишног окружења	4
2. Повезаност између стратегије предузећа и економских, друштвених и политичких окружења	5
3. Елементи стратегије управљања нетржишним окружењем	6
4. Ширина нетржишних тема	6
4.1. Интереси	7
4.2. Институције	7
4.3. Информације	8
5. Континуирано управљање променама у нетржишном окружењу	8
6. Нетржишни проблеми у Европској унији	9
6.1. Интереси у Европској унији	9
6.2. Нетржишне стратегије у Европској унији	10
Закључак	12
Литература	13

Увод

У најширем смислу окружење је неодређено и укључује све изван организације.

Анализа окружења усмерена је на аспекте на које је предузеће осетљиво и на које мора одговорити да би преживело.

Окружење можемо посматрати и анализирати са различитих аспеката, али и различити утицаја на пословање предузећа, на одабир и спровођење прикладне стратегије која би требала представљати оквир за деловање предузећа у којем би се на оптималан начин искористиле

екстерне прилике и постојеће интерне снаге, избегли или умањили утицаји екстерних претњи те властите снаге и слабости.

Први корак у анализи окружења јесте његова сепарација на делове. Окружење може бити подељено на : секторе, елементе и стакенхолдер-е.

1. Дефинисање и значај тржишног и нетржишног окружења

Савремени менаџмент се суочава са бројним економским, политичким и друштвеним изазовима и увелико измењеним правилима која владају у савременим условима глобализације како у економским системима националних економија, тако и у глобалној економији. Наиме, савремени менаџери увелико уочавају да окружење у коме они послују садржи тржишне и нетржишне компоненте.

Тржишно окружење подразумева такву интеракцију између фирми, добављача и потрошача, у којој се сви учесници својим економским трансакцијама прилагођавају условима у којима се одвија размена добара или услуга. Стога, да би постале и остале успешне, компаније морају ефикасно да раде на свом тржишном окружењу, како у процесу производње добара и услуга, тако и у одговору на захтеве купаца. Компаније морају континуирано да се прилагођавају променама, да се иновирају, кроз процес истраживања и развоја тржишта, и да развију нове производе и услуге.

Међутим, ефикасан тржишни менаџмент није довољан да компаније у савременим условима постану и остану успешне. Карактеристике компаније и њеног менаџмента, данас све више зависе од активности које компаније предузимају у нетржишном окружењу. Нетржишно окружење подразумева социјалне, политичке и институционалне околности, услове и контексте који делују на тржиште. Нетржишно окружење обухвата међузависност између компаније и појединаца, заинтересованих група, Владе, јавних и приватних институција.

Као што показује слика 1. Тржишно и нетржишно окружење бизниса су повезани. Активност фирме у тржишном окружењу може генерисати нетржишне теме и променити се у нетржишно окружење. До таквих промена може доћи као резултат активности Владе, као што су регулације, парнице, и међународни трговачки договори.

Нетржишне теме се односе на проблеме заштите окружења, здравља, безбедности и потенцијалне дискриминације како запослених, тако и потрошача и грађана, примене технолошких стандарда,

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com