

## Sadržaj

### Uvod

1. Koncept životnog ciklusa Isaka Adičesa
2. Razvoj korporacije Trayal (Barutana Obilićevo, Vojno-tehnički zavod, Industrija Miloje Zakić, Trayal)
  - 2.1 Industrija Miloje Zakić (period od 1947. do 1995. godine)
  - 2.2 Korporacija Trayal (period od 1995. do 2006. godine)
  - 2.3 Korporacija Trayal (period od 2001. do 2006. godine)

### Zaključak

### Literatura

#### Uvod

Namena proizvoda, široka ili investiciona potrošnja, uslovljava razlike u domenu marketinga, razvoja, planiranja, servisiranja, delovanja na čovekovu sredinu. Proizvodi investicione potrošnje imaju duži poslovni ciklus, period od narudžbine do isporuke proizvoda, što je značajno sa stanovišta proizvođača u vezi sa planskim horizontom, posebno u pogledu planiranja u smislu istraživanja potreba tržišta, kao važnom polazištu za proizvodni program.

#### 1. Koncept životnog ciklusa Isaka Adičesa

Adičesov koncept životnog ciklusa organizacije polazi od analogije životnog ciklusa organizama. Tokom svog životnog ciklusa organski sistemi prolaze kroz promene koje prate ustaljeni modeli ponašanja. Adičesova metodologija koja se sprovodi kroz konsultantski rad, ima četiri cilja koji se simultano ostvaruju i karakteristični su za sve faze organizacione transformacije: rešavanje problema, izgradnja timskog rada, obuka i razvoj menadžerskih sposobnosti i obogaćenje ličnih menadžerskih stilova. Za organizacije su karakteristične promene i u tom smislu se javljaju problemi. Da bi se uspešno upravljalo organizacijom, problemi se moraju kontinuirano rešavati. Organizacija je bez problema samo kada nema promene, i zato Adičes s pravom navodi da se to dešava samo kada je organizacija mrtva. Rešiti probleme, a ne naići na nove i složenije, isto je što i umreti. Upravljanje organizacijom se po Adičesu svodi na upravljanje promenama.

Životni ciklusi organizacije po Adičesu se mogu videti sa slike:

Prva faza u razvoju organizacije označena je kao "udvaranje". Kompanija još fizički ne postoji, osnivač ili osnivači opsednuti su idejama i mogućnostima koje nudi sredina i budućnost. Ova faza rezultira ili odbacivanjem posla (flert) ili prihvatanjem ideje, posla, odnosno rizika i formiranjem organizacije kao novodrođenčeta. U ovoj fazi osnivač treba da odgovori na sl. pitanja:

Čime ćemo se zapravo baviti?

Kako ćemo to postići?

Kako to treba učiniti?

Ko će to učiniti i zašto?

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**