

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Portfolio pristup proizvodu". Rad ima 10 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.

Termin portfolio menadžment pozajmljen je iz oblasti hartija od vrednosti gde se one kombinuju po određenim kriterijumima u optimalne portfolije. Portfolio menadžment teži da kombinuje proizvode na optimalan način, balansirajući proizvode koji imaju brz rast i kojima je neophodna gotovina, sa proizvodima koji su zreli i obezbeđuju gotovinu, istovremeno obezbeđujući proizvode koji obećavaju i koji bi zamenili proizvode čiji je životni ciklus blizu samog kraja.

U tu svrhu razvijeni su različiti modeli portfolio analize od kojih su najpoznatiji:

Portfolio matrica industrijskog rasta i tržišnog učešća – BSG matrica

Portfolio matrica industrijske privlačnosti i poslovne snage – GE matrica

Portfolio matrica životnog ciklusa industrije i konkurentnog položaja – ADL matrica

Navedeni modeli portfolio analize zasnivaju se na određivanju položaja svakog proizvoda na matrici u odnosu na aktivnosti tržišta i konkurentnu poziciju preduzeća. Prikazivanje trenutnog stanja portfolija svodi se na objektivnu procenu dugoročne industrijske privlačnosti i poslovne snage proizvoda iz proizvodnog programa preuzeća, dok je s druge strane projekcija budućeg očekivanog portfolija preduzeća srazmerno složeniji zadatak koji zahteva iscrpno proučavanje očekivanih promena činioca industrijske privlačnosti i njihov mogući uticaj na promenu stratejskog položaja. Ako preduzeće ima različite delatnosti – analizu strateških opcija nužno je upotpuniti strateškom portfolio analizom.

Portfolio matrice = alat koji pomaže u optimiziranju strateškog odlučivanja

Različite matrice:

(1) portfolio matrica industrijskog rasta i tržišnog udela

(2) portfolio matrica industrijske privlačnosti i poslovne snage

(3) portfolio matrica životnog ciklusa industrije i konkurentskog položaja

Tri parametra:

relativni tržišni udio – poslovna snaga i konkurentna sposobnost (os x),

tržišni rast – privlačnost neke delatnosti i tržišta (os y),

veličina ostvarene prodaje (krug)

Portfolio matrica industrijskog rasta i tržišnog udela I.

60 – tih g. 20. st. - američka kompanija Boston Consulting Group (Bruce Henderson)

Pomoć u strateškom odlučivanju, posebno u identifikaciji potrebe za kapitalom strateških poslovnih jedinica

Portfolio matrica industrijskog rasta i tržišnog udela II.

Portfolio matrica industrijskog rasta i tržišnog udela III.

BSG matrica

Portfolio matrica rasta/učešća – BSG matrica predstavlja jednu od osnovnih portfolio matrica koja prikazuje vezu između stope rasta tržišta, kao pokazitelja godišnje stope rasta tržišta na kojem preduzeće nastupa konkurentskog položaja preduzeća, izraženog preko relativnog učešća na tržištu.

Perspektivni proizvodi – visok rast/nisko učešće.

Proizvodi najčešće svoj put započinju na ovom mestu, u području visoke stope rasta, ali slabog učešća na tržištu. Ovi proizvodi su sa mogućnostima dugoročnog potencijala, ali sa tendencijom da traže značajna novčana ulaganja kako bi im se poboljšao tržišni položaj.

Problem je u tome što ne stvaraju dovoljna novčana sredstva koja bi im omogućila agresivnu strategiju rasta i širenja.

Proizvodi tržišni lideri – visok rast/visoko učešće. Zvezde.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com