



**Univerzitet u Tuzli**

Ekonomski fakultet

# PODUZETNIŠTVO

Školska 2019/2020 godina

**Dr.sc.Bahrija Umihanić, red.prof.**



- e-mail: [bahrija.umihanic@untz.ba](mailto:bahrija.umihanic@untz.ba)
- Kabinet: Ekonomski fakultet – kabinet broj 309
- **KONSULTACIJE**
- Ponedjeljak : 10:00 -11:00;
- Srijeda: 10:00 -11:00;
- U drugim terminima po zahtjevu studenta
- (korespodencija za najavu putem mejla [bahrija.umihanic@untz.ba](mailto:bahrija.umihanic@untz.ba))

# Sadržaj nastavnog programa

<ul style="list-style-type: none"><li>• Uvodno predavanje</li><li>• Poduzetništvo u 21.stoljeću</li></ul> <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uvod u poduzetništvo</li></ul> <p>Odluka da se postane poduzetnik</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prepoznavanje prilika i generiranje ideja</li></ul> <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analiza izvodljivosti</li></ul> <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analiza privredne grane i konkurencije</li></ul> <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Razvoj efikasnog poslovnog modela</li></ul> <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pisanje poslovnog plana</li></ul> <p>Razvijanje uspješne poslovne ideje</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pripremanje pravilne etičke i pravne osnove</li></ul> <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Procjena financijske snage i održivosti novog poduhvata</li></ul> <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stvaranje tima novog poduhvata</li></ul> <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Financiranje novog poduhvata</li></ul> <p>Kretanje od ideje prema poduzetničkoj firmi</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Temeljni oblici započinjanja biznisa</li></ul> <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo</li></ul> <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastruktura za razvoj poduzetništva</li></ul> <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Omladinsko poduzetništvo,</li><li>• Žensko poduzetništvo;</li></ul> <p>Poduzetništvo u BiH</p> <p>4</p>

# Analiza privredne grane i konkurencije

U pripremi prezentacije korišteni su, uz dopuštenje izdavača , predlošci originalnih prezentacija autora Barringer, R. Duane Ireland.

# Ciljevi poglavlja

1 od 2

---

1. Objasniti svrhu analize privredne grane.
2. Identifikovati 5 snaga konkurentnosti koje određuju profitabilnost privredne grane.
3. Objasniti ulogu „ulaznih barijera“ prilikom stvaranja negativnog poticaja za ulazak drugih preduzeća u privrednu granu.
4. Identifikovati netradicionalne ulazne barijere posebno vezane za poduzetničke firme.
5. Navesti četiri pitanja o privrednoj grani na koje treba odgovoriti prije osnivanja firme.

# Ciljevi poglavlja

2 od 2

---

6. Identifikovati pet primarnih vrsta privrednih grana i mogućnosti koje nude.
7. Objasniti čemu služi analiza konkurencije.
8. Identifikovati tri grupe konkurenata sa kojima će se suočiti novo preduzeće.
9. Opisati načine putem kojih se na etičan način može doći do informacija o konkurentima.
10. Objasniti značaj kompletiranja tabele za analizu konkurencije.

# Klasična poduzetnička priča

## BUSINESSES AtoZ



### Upoznavanje

sa Amy Shukla-om

TRENUTNO NA MOM IPOD-U  
*Kanye West, T-plain, L&W, Wayne*

ŠTA RADIM U SLOBODNO VRIJEME  
*Gledam filmove zajedno sa svojom  
po-dovnim partnerom*

MOJ SAVJET BUDUĆIM  
PODUZETNICIMA  
*Ne dopusti da te kratke streme o tvog  
puta*

PREDNOSTI STUDENATA  
*Znati da su moje mogućnosti beskrajne*

NAJBOLJI SAVJET KOJI SAM IKADA  
DOBILA  
*Moja tata me naučio „Obećaj manje a  
ispuni više“ (P.K. Shukla)*

PRVO PODUZETNIČKO ISKUSTVO  
*Prodaja narukvica sa mojom sestrom u  
petom razredu*

**AMY SHUKLA**  
Suosnivač, BusinessesAtoZ  
BS, Informatika, Chapman University  
Očekuje da diplomira 2010. godine

**BHAVDIP BHAYANI**  
Suosnivač, BusinessesAtoZ  
BS, Informatika i inženjerstvo,  
Fullerton College, očekuje da diplomira 2010. godine

## Getting Personal with ELEMENT BARS

Getting Personal *with* ELEMENT BARS

**Founder:**  
**JONATHAN MILLER**  
MBA, Northwestern University, 2008

**Dialogue with:**  
**Jonathan Miller**

**WHAT I DO WHEN I'M NOT WORKING**  
Woodworking, golf, flying

**CURRENTLY IN MY SMARTPHONE**  
The Rolling Stones, Howler! Wolf, Pish

**MY ADVICE FOR NEW ENTREPRENEURS**  
You've never the number one with an idea—and that's OK. Check out the competition, buy their product, and figure out how you can do it better.

**FIRST ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE**  
Back in middle school, I wrote and sold games for my TI programmable calculator. We called the company Milkswarf.

**BEST ADVICE I'VE RECEIVED**  
Ready. Fire. Aim. You often have to take action in entrepreneurship before you have all of the facts. The trick is to be able to correct along the way.

**MY FAVORITE SMARTPHONE APP**  
Chase app—I can direct deposit checks right from the phone.

# Klasična poduzetnička priča

## ELEMENT BARS

<http://www.elementbars.com/>

**ELEMENT BARS**  
custom whole food bars

HOME | SIGN IN | CART | HELP | + OUR BRANDS | 800 US | (888) 411-3838

Create your bar | Explore our recipes | Discover your element | Give a gift | Wholesale your bar

**The Fresh Choice**

Create your own (freshly baked) energy bar by choosing from all natural and organic ingredients so you can enjoy your bar your way.

**Build Your own BAR**

our story | our ingredients | our guarantee | our brands

**What's New**

The Element Bars family has grown a bit. Check out the recent additions below!

**Paleo**  
Made with dates, almond butter, and egg white protein

**Fiber Syrup**  
A low sugar sweetener made from chicory root fiber.

**ELEMENT VITALITY**

Element Vitality was designed to help combat some of the symptoms associated with cancer treatment. Our Vitality Bars include Gentle Power, Citrus Strength, Dates, Delight, and Gentle Ginger. [LEARN MORE](#)

It's the Thought that Counts  
but great taste doesn't hurt

\$30 | \$42

Custom Bars

**Send a Gift Certificate**

**You give, they choose**

A gift certificate recipient enjoys the experience of creating a custom wholefood bar online AND a great tasting bar once they are delivered fresh.

Gift Certificate

**Gift a Box of Popular Bars**

**Thank you a dozen times**

... is what you will hear from the person to whom you send a box of 12 great tasting Element Bars.

Your Company Name

**Corporate Gifts**

**In the business of giving**

Customize the label with your business name and logo.

**ELEMENT BARS**  
Original. Pure. Delicious.

We know you have unique preferences so at Element Bars we let you create your own custom whole food bar just the way you like it. Or you can choose from our line of classic creations inspired by our customer's recipes.

All of our bars are made with real, whole ingredients that are carefully handpicked and kept as nature intended. Our blueberries for example come from Michigan and are sweetened with apple juice for perfection.

We hand make our bars, bake them in our ovens and deliver them freshly baked from our ovens to your door.

[Create Your Own Bar](#)

**ELEMENT ENDURANCE**  
Fuel for your workout

Nutrition is an important contributing factor to successful fitness, training and competition and optimal nutrition for one person may not be optimal for the next.

With this in mind, we launched Element Endurance with the help of athletes, trainers and nutritionists to meet the specific needs of sports and fitness enthusiasts. We offer unique all natural, performance enhancing ingredients like sunflower seeds and caffeine from yerba mate.

Check out this unique line of Element Endurance bars

[Explore Endurance](#)

**ELEMENT VITALITY**  
Nutrition to help cancer patients

Each one of us here at Element Bars has been affected by cancer. We wanted to make a difference in the world of cancer in our own unique way so we launched Element Vitality - whole food bars made specially to help people living with cancer.

We worked with oncology doctors and nutritionists, chefs and dieticians and most importantly cancer survivors to create a line of all natural, nutritious bars that come in bite size form. Our bars offer ingredients that help address common symptoms of cancer treatment. For example, our Gentle Ginger has ginger that helps ease nausea and our Citrus Strength contains turmeric, which has anti-inflammatory properties.

[Explore Vitality](#)

**Meet our Popular Bars**  
Crafted for Maximum Delight!

**Almond Sunrise**  
A crispy delight with real cherries and almonds to fuel me for my day.

**Autumn Blueberry**  
The granola bar for me with a burst of blueberries and a hint of pumpkin spice.

**\$1.99 each**

BOX of 12 \$23.88

QTY: 1 + -

[Add to Cart](#)

[Compare](#)

Immunity | Breakfast

Antioxidant | Detox

- Classic Bars**  
original. pure. delicious
- Almond Sunrise
  - Autumn Blueberry
  - Chocolate Cherry
  - Cinnamon Mornings
  - Datsey Divine
  - Nutty Delight
  - Oaty Trails
  - Simply Cranberry
- Endurance Bars**  
for athletes
- Banana Repair
  - Cherry Charge
  - Cran-coveary
  - PB Power
- Vitality Bars**  
to help fight cancer
- Cherry Power
  - Citrus Strength

# Šta je analiza privredne grane?

---

- Privredna grana
  - je grupa preduzeća koji proizvode isti ili sličan proizvod ili uslugu, kao što su avioni, sportska pića, namještaj ili elektronske igre.
- Analiza privredne grane
  - je poslovna pretraga koja se fokusira na potencijal privredne grane.



# Zašto je značajna analiza privredne grane?

## Analiza privredne grane

### Značaj

- Kada se utvrdi da je novi poduhvat izvodljiv u pogledu privredne grane i tržišta na kojem će poslovati, potrebno je izvršiti detaljniju analizu kako bi se stekao uvid u nedostake i prednosti privredne grane.
- Ova analiza pomaže preduzeću da utvrdi da li je tržišna niša identificirana tokom analize izvodljivosti pogodna za novo preduzeće.

# Tri ključna pitanja

Tokom proučavanja privredne grane, poduzetnik mora odgovoriti na tri pitanja prije nego započne sa sprovođenjem ideje o pokretanju preuzeća.

## Pitanje 1

Da li je privredna grana pristupačna—drugim riječima, da li je realno za novo preduzeće da uđe na tržište u toj privrednoj grani?

## Pitanje 2

Da li u dotičnoj privrednoj grani postoje neopslužena tržišta ili pak tržišta kojima su inovacije neophodne?

## Pitanje 3

Postoje li pozicije unutar privredne grane koje omogućavaju izbjegavanje nekih od negativnih aspekata dotične privredne grane?

# Na koji način faktori na nivou privredne grane i faktori na nivou preduzeća utiču na performansu?

---

- Faktori na nivou preduzeća
  - Uključuju imovinu preduzeća, proizvode, kulturu, timski rad zaposlenika preduzeća, ugled i ostale resurse.
- Faktori na nivou privredne grane
  - Uključuju prijetnju od ulaska novih konkurenata, suparništvo među postojećim preduzećima, pregovaračku moć kupaca, i ostale slične faktore.
- Zaključak
  - Kroz sprovedbu različitih studija, istraživači su dokazali da je od 8% do 30% varijacija u profitabilnosti preduzeća direktno povezano sa karakteristikama privredne grane u kojoj preduzeće posluje.

# Tehnike za procjenu atraktivnosti privredne grane

---

## Procjena atraktivnosti privredne grane

Proučavanje trendova  
okruženja i poslovnih  
trendova

Model pet snaga  
konkurentnosti

# Proučavanje trendova privredne grane

---

- Trendovi okruženja

- Uključuju ekonomske trendove, društvene trendove, tehnološke napretke te političke promjene i promjene zakonskih propisa.
- Na primjer, privredne grane u kojima posluju preduzeća koja prodaju proizvode namijenjene starijem stanovništvu će imati koristi od starenja stanovništva.

- Poslovni trendovi

- Ostali trendovi koji imaju uticaja na privrednu granu.
- Na primjer, da li se profitne marže u privrednoj grani povećavaju ili smanjuju? Da li broj inovacija postaje sve veći ili se pak smanjuje? Da li troškovi inputa pokazuju tendenciju rasta ili pada?

# Šta je pošlo KRIVO?

## Bath & Body Works: Kako je jedna kompanija izgubila povoljnu poziciju u privrednoj grani?

### Šta je pošlo KRIVO?

Bath & Body Works: Kako je jedna kompanija izgubila povoljnu poziciju u privrednoj grani?  
[www.bathandbodyworks.com](http://www.bathandbodyworks.com)

Kada kompanija ostvari povoljnu poziciju u određenoj privrednoj grani tada mora biti na oprezu ili će tu poziciju izgubiti. Upravo to se dogodilo Bath & Body Works-u ranih 2000-tim godina. Kompanija je preko 10 godina veoma uspešno prodavala proizvode za ličnu higijenu srednjeg nivoa cijena, primarno putem prodavaonica u trgovačkim centrima. Od 1995. do 2000. godine kompanija je ostvarivala rast od nevjerojatnih 51 % godišnje, sa skoro 2 milijarde dolara prometa. A onda je nešto pošlo krivo. Promet kompanije je od 2000. do 2002. godine pao za 19 %. I izgubili su skoro 40 % profita prije oporavljanja. Šta je pošlo krivo?

Kompanija je jednostavno propustila brojne promjene u trendovima privredne grane, i kao rezultat izgubila svoju povoljnu poziciju. Evo kako se to dogodilo.

Bath & Body Works pokrenut je 1990. godine od strane Leslie Wexner, osnivača The Limited, imala je preodređenu da postoji povoljna, a neispunjena pozicija na tržištu proizvoda za njegu i zdravlje – u pogledu cijena, pozicija tik iznad apoteka i tik iznad robnih kuća. Bath & Body Works se postavio na tu poziciju i otvorio lanac dizajniran veselih prodavaonica prepunih mirisjavih sapuna od voća i cvjetča, krema, ulja, mirisjavih svijeća i drugih popratnih artikala. Za milione potrošača Bath & Body Works je bio veoma dobro pozicioniran. Nudili su primamljive i zabavne proizvode po cijeni koje je bila dovoljno visoka da bude primamljiva, ali dovoljno niska da bude prihvatljiva. Kompanija je rasla sa 15 prodajnih objekata u 1990. godini do preko 1.300 objekata u 2000. godini.

Međutim, do 2000. godine stvari su već postajale loše. Konkursne prodavaonice kao što su Aveda, Sephora i Origins su počele otvarati prodajne objekte u trgovačkim centrima – teritorija Bath & Body Works – i nuditi nove proizvode poput prirodnih i organskih smjesa. Njihovi objekti su bili dobro organizovani i prijatni, sa karakterističnom muzikom u pozadini. Što je važnije od toga, nudili su drugačiji pristup od „kućnog“ pristupa Bath & Body Works-a. Njihov asortiman proizvoda povezivao je elemente nauke, dizajna, rekreacije, relaksacije i psihologije i to je kupcima odgovaralo. Ujdi su bili spremni potrošiti malo više na njihove novije i naprednije proizvode, posebno na kreme za lice i šminiku. Dok se ovo dešavalo Target, Wal-Mart i drugi veliki prodajni centri su počeli nagrizati Bath & Body Works-ovo tržište sa donje strane, posebno u oblasti kreme za tijelo, sapuna i popratnih proizvoda. Veliki prodajni centri su počeli prodavati proizvode koji su izgledali veoma slično onim koji su se prodavali u Bath & Body Works-u, samo po nižoj cijeni.

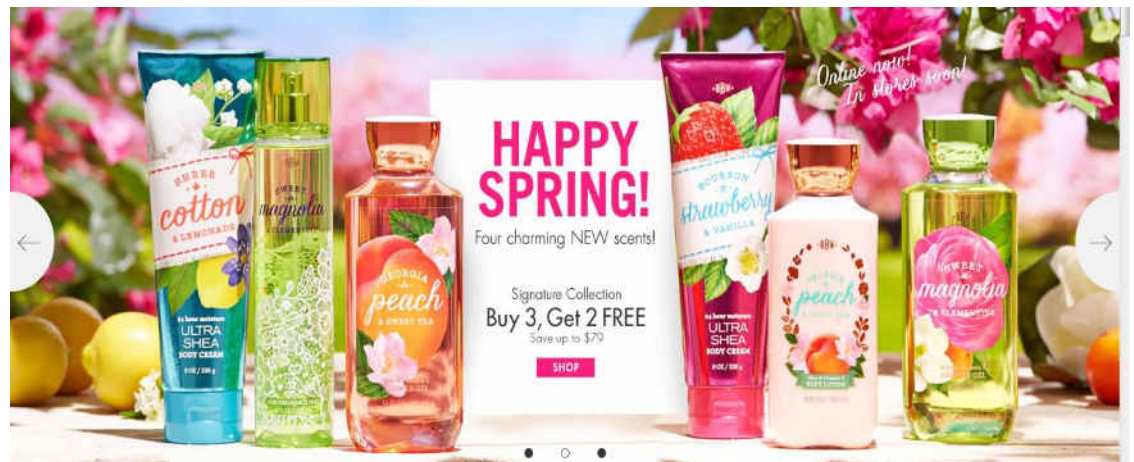
Rezultat ovih faktora je Bath & Body Works-ovo gubljenje prednosti i povoljne pozicije. Napodim sa strane, kompaniju su iznenadili Aveda, Sephora i drugi u pogledu skupljen proizvoda, a u pogledu jeftinijih proizvoda to su uradili Target, Walmart i drugi. Da bi smanjili pad prometa Bath & Body Works se počeo sve više oslanjati na popuste, promocije i rasprodaje. Prema novom direktoru kompanije Neil Fiske-u, „U 2002. godini,

tokom kritične sezone praznika, unutar Bath & Body Works bila su aktivna 22 različita popusta. Bila je to rasprodaja kao na pijaci, sa plakatima po svuda.“ Jednostavno rečeno, Bath & Body Works je izgubio svoju povoljnu poziciju na tržištu higijenskih i proizvoda za lijepotu koju je držao preko 10 godina. U suštini, oni su bili „zaglavljeni u sredini“ bez jasne konkurentne prednosti. Na sreću, Bath & Body Works-ovi lideri su prepoznali svoju naglo opadajuću poziciju, te su angažovali Neil-a Fiske-a, veterana Boston Consulting Group-e, da odvli kompaniju i da ponovo uspostavi njenu poziciju na tržištu. Fiske je započeo sa ponovnim povezivanjem sa potrošačima i ponovnim podešavanjem linije proizvoda prema promijenjenim i modernijim potrebama i ukusima potrošača. Kao rezultat, vremenom, privučen je niz novih partnera što je omogućilo kompaniji da poboljša svoje proizvode, te prilagodi svoje prodajne objekte. Danas kupci, pored Bath & Body Works-ovog asortimana, mogu kupiti i mnoge druge proizvode i brendove, što je rezultiralo stvaranjem tržišta sa raznim nivoima cijena koje su prihvatljive širokom broju kupaca u trgovačkim centrima. Čini se da u novu strategiju ima uspjeha. Kompanija ponovo raste i bilježi profit.

### Pitanja za kritičko razmišljanje

1. Koje specifične trendove u privrednoj grani je Bath & Body Works propustio? Koje korake, ako postoje, je Bath & Body Works, mogao napraviti da bi spriječio gubitak svoje povoljne pozicije na tržištu higijenskih proizvoda i proizvoda za lijepotu u ranih 2000-tim godinama?
2. Posjetite web stranice Bath & Body Works-a i Sephora, jedne od firmi koji smo ranije spomenuli. Kako biste vi opisali trenutnu razliku u pozicioniranju između Bath & Body Works i Sephora-e. Koja firma po vašem mišljenju ima jasniju strategiju pozicioniranja? Na koje trendove u grani se Sephora oslanja da i nastavlja svojim pozitivnim smjerom?
3. Zašto se, po vašem mišljenju, doima da je Bath & Body Works bio iznenađen konkurencijom odozgo od strane Sephora-e i odozdo od Target-a i Wal-Mart-a?
4. Koristeći tabelu 5.2 kompletirajte analizu privredne grane za higijenske proizvode i proizvode za lijepotu, danas. Je li to struktivna privredna grana? Da li je to dobra ili loša privredna grana za ulazak start-up preduzeća?

Izvor: Bath & Body Works web stranica, [www.bathandbodyworks.com](http://www.bathandbodyworks.com) (prijeluznjeno 6. novembra, 2008. godine); M.J. Silverstein and J. Butman, Treasure Hunt (New York: Portfolio, 2006).



# Šta je pošlo KRIVO?

## Eclipse Aviation: Sometimes an Industry Can't Be Revitalized

### WHAT WENT WRONG?

#### Eclipse Aviation: Sometimes an Industry Can't Be Revitalized

Former Microsoft employee Vern Robern founded Eclipse Aviation in 1998. The idea was to solve a problem in the aviation industry: although private jet service is safe and convenient, it is also very expensive. To remedy this problem, Eclipse, headquartered in Albuquerque, New Mexico, set out to design and build a six-passenger jet that could be produced in high volume and at a substantially lower price than existing private jets. In fact, Eclipse's goal was to create a new segment in the private jet industry called very light jets. The pitch Eclipse made to investors is that its jet would be so small and inexpensive to build and operate, that not only would private individuals buy it, but a new class of air taxi service would emerge to make private jet travel more accessible to middle-class individuals and smaller companies.

Eclipse set out to accomplish its ambitious goals by revolutionizing how airplanes are made. The conventional way of making airplanes does not deliver substantial economies of scale. Planes built by Boeing, Airbus, Cessna, and similar companies are largely hand-built, meaning that increasing the number of units produced only slightly decreases the cost per unit. Eclipse endeavored to change the way airplanes are built by introducing ultra-efficient manufacturing techniques that reduce costs and allow for high-volume manufacturing. The result, Eclipse promised, is that it would be able to sell a jet for around \$1 million, which was roughly one-fourth the cost of the least expensive corporate jet on the market.

Eclipse worked toward its ambitious goal for almost 10 years. The firm designed and produced 200 copies of its Eclipse 500 very light twin-engine jet, and developed and sold a handful of copies of its Eclipse 400 single engine jet. Its vision of helping create an air-taxi industry came to fruition, at least for a short period of time. Dayjet, an air taxi service, was founded in 2002 largely on the premise of utilizing very light jets to ferry passengers to and from midsize cities. Dayjet was Eclipse's biggest customer, and had purchased 28 Eclipse 500 jets with plans to purchase 1,400 more when it went out of business in late 2008. Investors, suppliers, and state governments (through tax subsidies) invested over \$1 billion in Eclipse. In the end, it wasn't enough. In November 2008, Eclipse filed for bankruptcy. What went wrong?

There are lots of things that went wrong with Eclipse. However, two factors are paramount among these and represent the essence of why Eclipse failed.

First, a number of people including investors, pilots, local governments (where Eclipse facilities were located), aviation experts, and others desperately wanted Eclipse's story and vision to be true. The idea of producing airplanes in high numbers, rather than essentially one-by-one, is one that had it came true would have

revolutionized the industry. Ultimately Eclipse, like other aviation industry failures before it, couldn't make it work. According to aviation writer J. Mac McClellan, it cost Eclipse twice as much to build an Eclipse 500 aircraft than the company was selling it for. Particularly striking is how many people and companies bought into Eclipse's vision, even though it may have been unrealistic from the start. For example, there were over 5,000 creditors in the Eclipse bankruptcy filing alone. The fact that Eclipse was a start-up may have added to its allure. It wasn't trapped by the conventional thinking that characterized executives at established manufacturers such as Embraer, Cessna, and Boeing. But in the end, it turned out that the conventional thinking was true—at least for the time Eclipse Aviation was in business. As J. Mac McClellan has noted, building airplanes is like building houses: Whether a contractor builds one house or an entire subdivision, the houses still have to go up one at a time and each board has to be nailed separately. Similarly, airplanes are built one at a time and their parts are riveted or glued together piece by piece.

The second thing that sunk Eclipse, which is related to the first, is that its ambitions, which were integral to its business plan, were spectacular. Its plan called for deliveries of one thousand very light jets per year. To put that number in perspective, in 2007 about 4,000 corporate jets were built in the entire world. So Eclipse, which was a start-up with no production experience, set out to implement a plan that would increase the worldwide production of small jets by 25 percent. Eclipse's path to success then became predicated on price and not only production savvy but production breakthroughs. The only way to sell 1,000 jets per year was to dramatically lower the product's price. The only way to dramatically lower the price was to dramatically lower production costs. When that didn't happen, the company had no path forward.

Ultimately, Eclipse's investors, customers, suppliers, and state governments that supported it lost over \$1 billion—the largest financial failure in the history of general aviation.

#### Questions for Critical Thinking

1. What lessons does Eclipse's failure have for entrepreneurs who are studying the industry or industries they are about to enter?
2. Why do you think more people, including Eclipse employees, suppliers, and customers, weren't more skeptical of Eclipse's ability to implement its ambitious plans? Do you think Eclipse's failure will slow down or accelerate new innovation in the airplane industry?

<http://www.eclipseaerospace.net/>

The screenshot shows the Eclipse Aerospace website. The main header features the Eclipse Aerospace logo and navigation links: LIVE CHAT, REQUEST A DEMO, 877.373.7978, ABOUT US, THE ECLIPSE JET, ECLIPSE SERVICE, MEDIA/EVENTS, and CONTACT. The main content area is titled "FLY THE ECLIPSE 550" and includes a large image of the aircraft. Below the image are four buttons: The Eclipse Jet, Eclipse Service, Media / Events, and Customer Login. A video player is visible on the right side of the main content area. The bottom of the page features three columns of promotional text, each with a "LEARN MORE" button and a plus sign icon.

**ECLIPSE 550**  
Fly the all-new production twin-engine jet from Eclipse Aerospace. The Eclipse 550 features best in class performance and economics.

**TOTAL ECLIPSE**  
The Total Eclipse is EAI's low-hour, factory refurbished, pre-flown twin-engine jet, complete with Eclipse Factory Warranty.

**ECLIPSE 500 PRE-OWNED**  
Factory inspected Eclipse Jets with limited warranty.

# Model pet snaga konkurentnosti

1 od 3

---

- **Objašnjenje Modela pet snaga konkurentnosti**
  - Model pet snaga konkurentnosti je okvir za razumijevanje strukture privredne grane.
  - Model prikazuje snage koje određuju profitabilnost privredne grane.
  - One pomažu pri određivanju prosječne stope profitabilnosti za preduzeća koja posluju u datoj privrednoj grani.



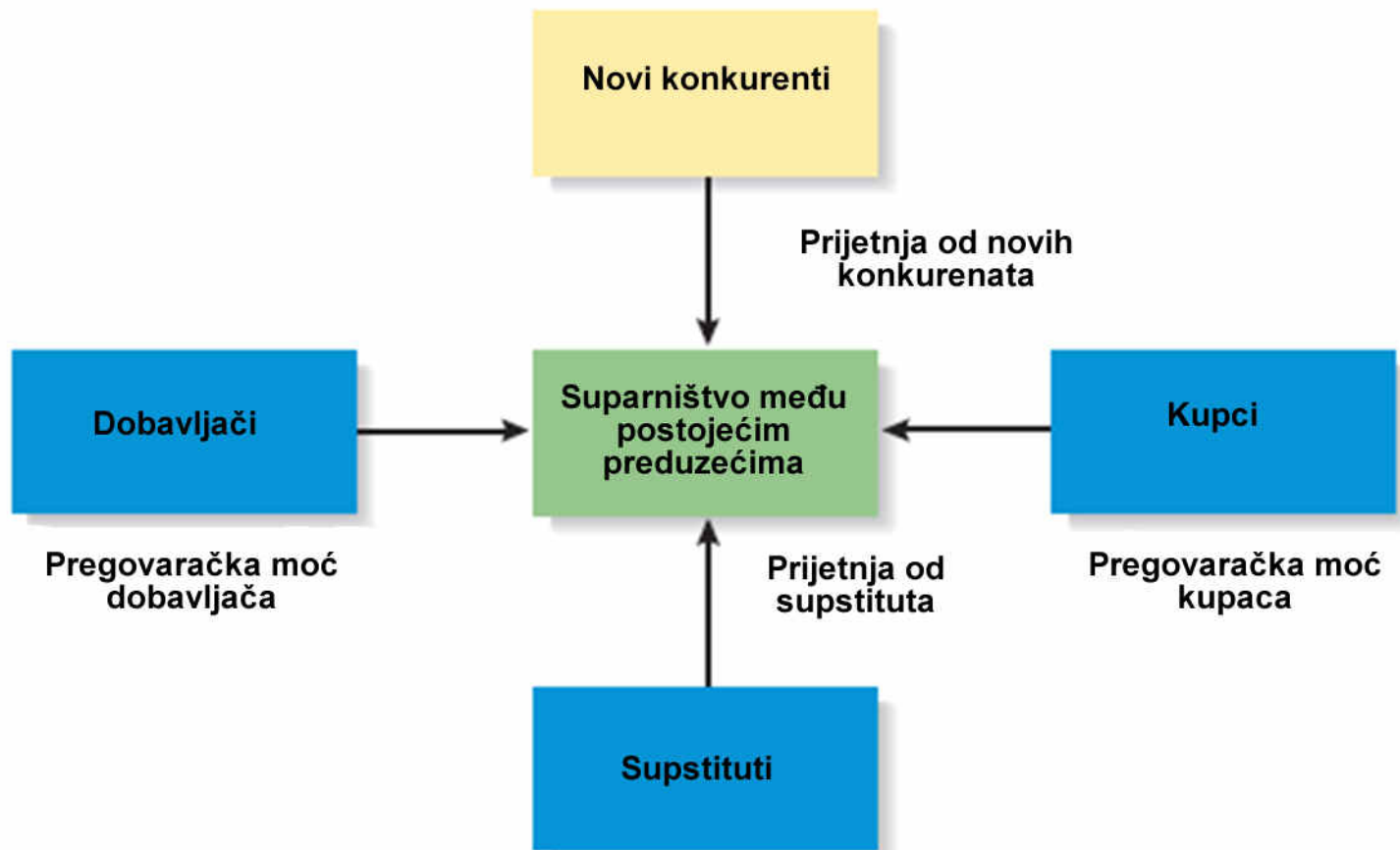
# Model pet snaga konkurentnosti

2 od 3

- **Objašnjenje Modela pet snaga konkurentnosti (nastavak)**
  - Svaka od pet snaga, stvaranjem pritiska na profitabilnost privredne grane, utiče na prosječnu stopu profitabilnosti preduzeća koja posluju u dotičnoj privrednoj grani.
  - Kvalitetan menadžment tim preduzeća će nastojati pozicionirati svoje preduzeće na način kojim se izbjegava ili smanjuje uticaj navedenih snaga-u pokušaju da ostvari veću stopu profitabilnosti u odnosu na prosjek privredne grane u kojoj posluje.

# Model pet snaga konkurentnosti

3 od 3



# Prijetnja od supstituta

1 od 3

---

- Prijetnja od supstituta

- Cijena koju su kupci spremni platiti za određeni proizvod dijelom ovisi o dostupnosti supstituirajućih proizvoda.
- Na primjer, postoji samo nekoliko ili pak niti jedan supstitut za lijekove na recept, što je jedan od razloga zbog kojeg je farmaceutska industrija izuzetno profitabilna.
- Suprotno tome, kada postoje slični supstituti određenog proizvoda, profitabilnost privredne grane je ograničena, jer će se kupci odlučiti za supstitute ukoliko cijena proizvoda kojeg su do tada kupovali postane previsoka

# Prijetnja od supstituta

2 od 3

---

- Prijetnja od supstituta (nastavak)
  - Obim u kojem supstituti ograničavaju profitabilnost privredne grane ovisi o sklonosti kupaca da se odlučuju za kupovinu supstituta.
  - Ovo je razlog zbog kojeg preduzeća u okviru jedne privredne grane svojim kupcima nude različite pogodnosti kako bi smanjili vjerovatnoću da će kupci početi kupovati supstitut, pa čak i kada se cijena dotičnog proizvoda poveća.

# Prijetnja od supstituta

3 od 3



- Kupci veoma lako mogu kupiti šoljicu kafu po jeftinijoj cijeni kod jednog od Starbucks-ovih konkurenata.
- Kako bi smanjio vjerovatnoću da se desi navedeno, Starbucks nudi svježiu kafu vrhunske kvalitete, dobru uslugu i ugodnu atmosferu.
- Starbucks je stoga smanjio prijetnju od supstituta.

# Prijetnja od novih konkurenata

1 od 6

---

- **Prijetnja od novih konkurenata**

- Ukoliko su preduzeća u određenoj privrednoj grani izuzetno profitabilna, dotična privredna grana postaje magnet za nova preduzeća.
- Ukoliko se nešto ne učini na zaustavljanju navedenog, konkurencija u privrednoj grani će se povećati, dok će se prosječna profitabilnost privredne grane smanjiti.
- Preduzeća koja posluju u okviru privredne grane postavljanjem ulaznih barijera nastoje spriječiti ulazak novih konkurenata u granu
  - Ulazna barijera je uslov koji smanjuje motivaciju novih preduzeća da uđu u privrednu granu.

# Prijetnja od novih konkurenata

2 od 6

## Ulazne barijere

<b>Ulazna barijera</b>	<b>Objašnjenje</b>
<b>Ekonomija obima</b>	Nova preduzeća će teško ući u privredne grane koje karakteriše visoka ekonomija obima, osim ako nisu spremna prihvatiti troškovne nepogodnosti.
<b>Diferencijacija proizvoda</b>	Bez velikog ulaganja u marketing veoma je teško ući u privredne grane koje su okarakterizirane preduzećima sa snažnim brendovima, poput privredne grane u kojoj posluju preduzeća koja se bave proizvodnjom bezalkoholnih pića.
<b>Kapitalna ulaganja</b>	Potreba za velikim kapitalnim ulaganjima za ulazak u privrednu granu je još jedna ulazna barijera.

# Prijetnja od novih konkurenata

3 od 6

## Ulazne barijere (nastavak)

<b>Ulazna barijera</b>	<b>Objašnjenje</b>
<b>Troškovne prednosti nezavisno od veličine</b>	Postojeća preduzeća mogu ostvarivati troškovne prednosti nevezane za veličinu preduzeća. Na primjer, preduzeća koja trenutno posluju u okviru određene privredne grane su možda kupila zemljište po nižoj cijeni od trenutne.
<b>Pristup kanalima distribucije</b>	Vrlo često se dešava da je teško pristupiti kanalima distribucije. Ovo se naročito odnosi na zasićena tržišta, poput tržišta samoposluga i prodavaonica.
<b>Vlada i zakonske barijere</b>	U nekim privrednim granama, poput one u kojoj posluju preduzeća koja se bave emitiranjem radio ili TV programa, preduzeća moraju dobiti dozvolu za rad od strane vlasti.



# Partnerstvo za USPJEH

**Barista Exchange:** Online društvena mreža koja pomaže vlasnicima neovisnih objekata za prodaju kafe

<http://www.baristaexchange.com/>



Main | My Page | Members | Talk Coffee | Coffee Shops | Groups | Jobs | Events | Media | Advertise

THE WORLD'S PREMIERE ONLINE COMMUNITY FOR THE SPECIALTY COFFEE INDUSTRY

**CAREER BARISTAS AND ROASTERS NEEDED IN ALABAMA!!!!**  
Started by Sarah Leanne Barnett in Baristas Looking for Work yesterday.  
0 Replies 0 Likes  
[www.mamamocha.com](http://www.mamamocha.com)I'm looking for baristas that can commit to 2 years, have open availability and work full time. I'm also looking for part time roasters, production experience is a must. baristas have averaged 15-25/hr with credit tips (not including cash) over the past year. We will offer health insurance in the fall of 2015. There are always 2 days/ week off, never any dopening, and a DYNAMIC barista team.This is a HIGH VOLUME job with an expectation of...  
Continue

**For Sale**  
Started by Chuck Molinar in Classifieds on Monday.  
0 Replies 0 Likes  
Nuovo Simonelli 2 group Appia for \$4,000. Was gently used in a Gelato shop prior to my purchasing it. Plans for a brick and mortar coffee shop have been postponed, so I now have a machine that is in need of a good and caring home. Contact me for more info and pictures.  
Continue

**3 Group La Marzocco GB5 AV For Sale:**  
Started by Andy Wulfe in Equipment & Tech on Monday.  
0 Replies 0 Likes  
I have a 4 year old GB5 going up for sale for \$8,000 CDN. This has been used in a mid volume cafe. We have a La Marzocco tech on staff that has been keeping the machine running smoothly. Let me know if you'd like to see any pictures or if you have any questions please feel free to email me at [andy@jonnyjava.com](mailto:andy@jonnyjava.com)  
Continue  
Tags: espresso, commercial, GB5, marzocco, la

Welcome to Barista Exchange  
Sign Up  
or Sign In

Or sign in with:  
Facebook Twitter Google+

BARISTA EXCHANGE PARTNERS

Partner Discount Series Offers:



Now On Both Coasts!



# Partnerstvo za USPJEH

## Three Ts That Are Important for Becoming Active in an Industry: Trade Associations, Trade Shows, and Trade Journals

### Trade Associations



American Watchmakers-  
Clockmakers Institute

### Trade Shows

**TSNN** Trade Show News Network

Announcing the launch of... Half Price Displays for Trade Shows. 18% OFF for the Month of April, use coupon code TSNN40915 at www.halfpricedisplays.com

Home | News | Blogs | Marketing Tools | About Us | Advertise | Webinars | Subscribe | Log in / register

**SEARCH** Events | Venues | Organizations

Global events search

Events Name / Keyword: San Diego

Choose Industry: State: Country:

Month: Year: Include past events [Apply]

**Search News and Blogs** Keywords [Go]

**Latest News**

April 7, 2015 Industry News  
**Los Angeles Set to Host WonderCon 2016**

Previously held in California's Bay Area before growing to 60,000 attendees and moving to Anaheim, WonderCon, a major show to Comic-Con International, will be held March 25-27 at the Los Angeles Convention Center next year. "Los Angeles is honored to have been selected as the destination for WonderCon 2016. We look forward to establishing a long-term partnership with Comic-Con International."

**One million square feet!**

**TSNN Tech Corner**  
The interaction where smart management meets cutting-edge technology. Sponsored by A2E, Inc.

**TSNN Venue Directory**  
The industry's most comprehensive venue listings to help you plan your next event.

**TSNN Las Vegas News**  
The latest convention and trade show news from Las Vegas.

The Trade Show News  
Network (TSNN)

### Trade Journals

**BioTechniques**  
The International Journal of Life Science Methods

Advanced Search

User Name: Password: [Log In] Forgotten your login details? Register: [Email] [Print]

Home → In the Journal → 2015 → March

**March 2015**  
Volume: 58, Issue Number: 3  
Cover Image: Cover: Digital illustration of antibodies

**BioTechniques** FREE WEBINAR SERIES  
**Life in the Fast Lane: Advances and Applications of Rapid PCR**

This webinar features:  
• The latest applications of Rapid PCR in basic research, clinical diagnostics & forensic science  
• A live question and answer session

AVAILABLE ON DEMAND: [WWW.BIOTECHNIQUES.COM/WEBINAR](http://WWW.BIOTECHNIQUES.COM/WEBINAR)

**FROM THE EDITOR**

From the Editor  
BioTechniques, Vol. 58, No. 3, March 2015, p. 93  
doi: 10.2144/000114258

**TECH NEWS**

**DESIGNING A MICROSCALE LAB**  
Jeffrey Parker, Ph.D.  
BioTechniques, Vol. 58, No. 3, March 2015, pp. 97-100  
doi: 10.2144/000114260

BioTechniques

# Prijetnja od novih konkurenata

4 od 6

---

- **Netradicionalne ulazne barijere**
  - Za start-up preduzeća je izuzetno teško postaviti skupe ulazne barijere poput ekonomije obima, jer uglavnom nemaju dovoljno novca.
  - Start-up preduzeća se trebaju osloniti na netradicionalne ulazne barijere kako bi obeshrabrila nova preduzeća da uđu u granu, kao što je formiranje vrhunskog menadžment tima što bi ostala preduzeća teško mogla kopirati.

# Prijetnja od novih konkurenata

5 od 6

## Netradicionalne ulazne barijere

<b>Ulazna barijera</b>	<b>Objašnjenje</b>
<b>Snaga menadžment tima</b>	Ukoliko start-up preduzeće oformi vrhunski menadžment tim to može natjerati potencijalne konkurente da dobro promisle prije nego se odluče za ulazak u odabranu privrednu granu.
<b>Prednost “prvog” na tržištu</b>	Ukoliko start-up preduzeće stvori novu privrednu granu ili novi koncept u okviru privredne grane, prepoznatljivost naziva kojeg uspostavi može biti ulazna barijera.
<b>Predanost menadžment tima i zaposlenika</b>	Ukoliko su zaposlenici start-up preduzeća motivirani jedinstvenom kulturom koja vlada u preduzeću, i predviđaju veliku finansijsku nagradu, tada je to kombinacija koju ni veća preduzeća ne mogu kopirati.

# Prijetnja od novih konkurenata

6 od 6

## Netradicionalne ulazne barijere (nastavak)

<b>Ulazna barijera</b>	<b>Objašnjenje</b>
<b>Jedinstveni poslovni model</b>	Ukoliko je start-up preduzeće u mogućnosti da izgradi jedinstveni poslovni model i uspostavi mrežu koja omogućava funkcionisanje modela, tada ovaj set prednosti stvara ulaznu barijeru.
<b>Naziv Internet domene</b>	Neke Internet domene su tako zvučne i pamtljive da start-up preduzeću omogućavaju značajnu prednost u vidu prilika za elektronsku trgovinu.
<b>Novi pristup privrednoj grani</b>	Ukoliko start-up preduzeće pronade novi pristup privrednoj grani i sprovede ga na primjeren način, ovi faktori tada stvaraju ulaznu barijeru za potencijalne konkurente.

# Suparništvo među postojećim preduzećima

1 od 3

- **Suparništvo među postojećim preduzećima**
  - U većini privrednih grana, osnovna determinanta profitabilnosti je nivo konkurencije među postojećim preduzećima.
  - Neke privredne grane karakteriše izuzetna konkurencija do mjere da se cijene postavljaju ispod nivoa troškova, te tada većina preduzeća u toj privrednoj grani ostvaruje gubitke.
  - U drugim, pak, privrednim granama, konkurencija ima slabiji intezitet, a cjenovna konkurencija je ograničena.

# Suparništvo među postojećim preduzećima

2 od 3

Faktori koji određuju intenzitet suparništva među postojećim preduzećima koja posluju u okviru iste privredne grane

<b>Broj i ujednačenost konkurenata</b>	Što više konkurenata postoji, veća je vjerovatnoća da će jedan ili više njih pokušati pridobiti kupce sniženjem svojih cijena.
<b>Stepen razlikovanja proizvoda</b>	Stepen u kojem se proizvodi međusobno razlikuju utiče na suparništvo unutar privredne grane

# Suparništvo među postojećim preduzećima

3 od 3

Faktori koji određuju intenzitet suparništva među postojećim preduzećima koja posluju u okviru iste privredne grane (nastavak)

<b>Stopa rasta privredne grane</b>	Konkurencija između preduzeća u privrednoj grani sa niskom stopom rasta je snažnija nego u brzo rastućim privrednim granama
<b>Nivo fiksnih troškova</b>	Preduzeća sa visokim fiksnim troškovima moraju prodati veću količinu proizvoda kako bi dostigla tačku rentabilnosti, u odnosu na preduzeća sa niskim fiksnim troškovima.



# Pregovaračka moć dobavljača

1 od 3

---

- Pregovaračka moć dobavljača
  - Dobavljači mogu smanjiti profitabilnost privrednih grana kojima prodaju povišenjem cijena ili smanjenjem kvaliteta komponenata koje dostavljaju.
  - Ukoliko dobavljač umanjuje kvalitet komponenata koje dostavlja, kvalitet finalnog proizvoda će također snositi posljedice, te će proizvođač u određenom trenutku biti primoran da snizi svoju cijenu.
  - Ukoliko dobavljači imaju nadmoć nad preduzećima u privrednoj grani, profitabilnost privredne grane može biti smanjena.

# Pregovaračka moć dobavljača

2 od 3

Faktori koji utiču na sposobnost dobavljača da vrše pritisak na kupce

<b>Koncentracija dobavljača</b>	Kada postoji samo nekoliko dobavljača koji snabdijevaju veliki broj kupaca sa određenim proizvodom, tada ti dobavljači ostvaruju prednost.
<b>Troškovi supstitucije</b>	Troškovi supstitucije su fiksni troškovi koje kupci snose kada prekinu saradnju sa jednim, a počnu poslovati sa drugim dobavljačem. Ukoliko su ovi troškovi visoki, kupac će tada dobro razmisliti prije nego prekine saradnju sa jednim, a počne poslovati sa drugim dobavljačima.

# Pregovaračka moć dobavljača

3 od 3

Faktori koji utiču na sposobnost dobavljača da vrše pritisak na kupce (nastavak)

<b>Atraktivnost supstituta</b>	Snaga dobavljača će biti veća ukoliko na tržištu ne postoje atraktivni supstituti za proizvod ili usluge koje dobavljač nudi.
<b>Prijetnja od unaprijedne integracije</b>	Snaga dobavljača će biti veća ukoliko postoji mogućnost da bi dobavljač mogao ući u privrednu granu kupca.

# Pregovaračka moć kupaca

1 od 3

---

- Pregovaračka moć kupaca
  - Kupci mogu smanjiti profitabilnost privrednih grana od kojih vrše nabavke zahtijevanjem pogodnosti u cijenama ili zahtijevanjem unapređenja kvaliteta.
  - Na primjer, automobilskom industrijom dominira pregršt velikih kompanija koje nabavljaju proizvode od ogromnog broja dobavljača iz različitih industrija. Ovo omogućava proizvođačima automobila da ograniče profitabilnost industrija od kojih nabavljaju proizvode zahtijevajući sniženje cijena.

# Pregovaračka moć kupaca

2 od 3

Faktori koji utiču na sposobnost kupaca da vrše pritisak na dobavljače

<b>Koncentracija kupaca</b>	Ukoliko postoji samo nekoliko kupaca koji vrše nabavke od velikog broja dobavljača, tada su oni u prilici vršiti pritisak na dobavljače da snize troškove, te na taj način utiču na profitabilnost privrednih grana od kojih kupuju proizvode ili usluge.
<b>Troškovi kupca</b>	Ukoliko je određeni proizvod ili usluga značajna za kupca, tada će on biti izuzetno osjetljiv na cijenu koju mora platiti za taj proizvod ili uslugu.
<b>Stepen standardizacije proizvoda</b>	Stepen u kojem se proizvod dobavljača razlikuje od proizvoda njegovih konkurenata utiče na pregovaračku moć kupca.
<b>Prijetnja od unazadne integracije</b>	Snaga kupaca će biti veća ukoliko postoji prijetnja da bi kupac mogao ući u privrednu granu dobavljača.

# Poduzetnička firma za PRIMJER

## Kako je pregovaračka snaga kupaca promijenila sudbinu Sony-a tokom prvih godina njegovog postojanja

<http://www.sony.com/>

The screenshot shows the Sony website homepage with a navigation bar at the top containing 'SONY', 'Electronics', 'PlayStation', 'Entertainment', and 'Support'. A search bar is located on the right. The main content area features several promotional banners: a large one for headphones with a smartphone and a coffee cup, a smaller one for 'MLB 15 THE SHOW' with a 'DOWNLOAD NOW' button, and a 'Deus Ex: Mankind Divided' trailer with a 'LEARN MORE' button. A background image shows a hand holding a tablet under a running faucet.

This screenshot displays the product categories section of the Sony website. The navigation bar is identical to the previous screenshot. Below it, there are two rows of product category tiles, each with an image and a label: 'Televisions & DVD Players', 'Digital Cameras', 'Smartphones & Tablets', 'Home Theater & Home Audio', 'Headphones & Portable Audio', 'Video Cameras', 'PlayStation', and 'Broadcast & Business Solutions'.

This screenshot shows the entertainment section of the Sony website. The navigation bar is the same. Below it, there are two rows of entertainment category tiles: 'TV Shows' (with a 'SHARK TANK' image), 'Movies' (with a photo of two men), 'Music' (with a photo of a girl group), 'Phone & Tablet Apps' (with a smartphone icon), 'CRACKLE TV & Movies On Demand' (with the Crackle logo), 'PlayStation™Video' (with the PS4 icon), 'PlayStation™Music' (with the PS Music icon), and 'PlayStation™TV' (with a PS4 console icon).

# Poduzetnička firma za PRIMJER

## Thriving in a Crowded Industry by Creating Meaningful Value and Differentiation from Competitors

<http://www.homemadepizza.com;>

HomeMade Pizza Company

★★★★★ 8 reviews

Write a Review Add Photo Share Bookmark

Yelpers report this location has closed. Find a similar spot.

9 W 1st St  
Hinsdale, IL 60521

Get Directions  
(630) 794-0004  
homemadepizza.com

## HomeMade Pizza Company

<http://www.evereve.com/dresses> Hot Mama

EVEREVE

LOOKBOOK JEANS TOPS PANTS DRESSES & SHIRTS ACCESSORIES SHOP BY BRAND JUST IN MEDIAN'S PICKS FINDS UNDER \$45 GUILTY

DRESSES

Filter By Size Color Brand Price Featured

Sort By Price (\$\$\$) view all

<https://www.jhilburn.com/catalog/sportcoats>

J. HILBURN

SHIRTS SUITS JACKETS TROUSERS SWEATERS MORE SALE

MADE-TO-MEASURE JACKETS

Personalized to your unique style preferences, each piece is handcrafted in our renowned European factory.

Blue Drillino \$475

Blue Linen Windowpane \$525

Khaki Cotton Drill \$475

J. Hilburn

0-39

# Prva primjena Modela pet snaga konkurentnosti

1 od 2

- Prva primjena modela

- Model pet snaga konkurentnosti se može iskoristiti za procjenu atraktivnosti privredne grane određivanjem nivoa prijetnje profitabilnosti privredne grane koja dolazi od svake snage pojedinačno.
- Ukoliko preduzeće ispuni formu prikazanu na sljedećem slajdu i uoči da je nekoliko prijetnji na izuzetno visokom nivou, preduzeće će vjerovatno željeti ponovo razmotriti ulazak u privrednu granu ili pažljivo razmisliti o poziciji koju bi moglo zauzeti unutar privredne grane.



# Prva primjena Modela pet snaga konkurentnosti

2 od 2

## Procjena atraktivnosti privredne grane korištenjem Modela pet snaga konkurentnosti

Snage konkurentnosti	Nivo prijetnje profitabilnosti grane		
	Nizak	Umjeren	Visok
Prijetnja od supstituta			
Prijetnja od novih konkurenata			
Suparništvo među postojećim preduzećima			
Pregovaračka snaga dobavljača			
Pregovaračka snaga kupaca			

### Upute:

- Korak 1:** Odaberite privrednu granu
- Korak 2:** Procjenite nivo prijetnje profitabilnosti privredne grane za svaku od pet snaga (nizak, umjeren, visok).
- Korak 3:** Iskoristite tabelu za procjenu sveukupne atraktivnosti privredne grane.
- Korak 4:** Iskoristite tabelu za identifikaciju prijetnji koje su u najvećem broju slučajeva relevantne za profitabilnost privredne grane

# Druga primjena Modela pet snaga konkurentnosti

1 od 2

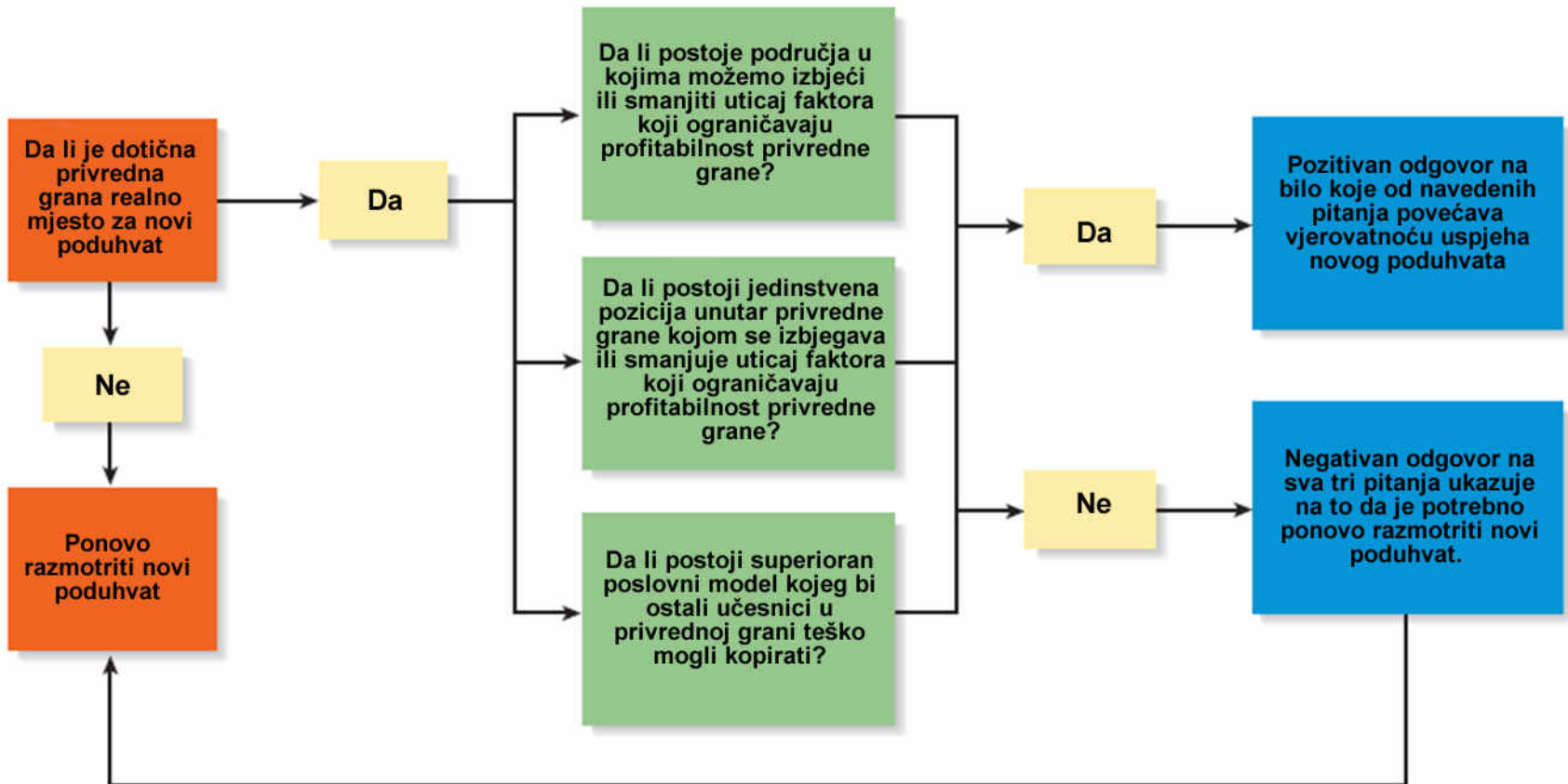
- Druga primjena Modela

- Korištenjem Modela pet snaga konkurentnosti za odgovaranje na nekoliko ključnih pitanja može pomoći novom preduzeću da odredi da li treba ući u određenu privrednu granu.
- Pitanja su prikazana na slici koja se nalazi na sljedećem slajdu. Ova pitanja mogu pomoći preduzeću da predvidi potencijalni uspjeh novog poduhvata u određenoj privrednoj grani.

# Druga primjena Modela pet snaga konkurentnosti

2 od 2

Upotreba Modela pet snaga u svrhu postavljanja pitanja koji pomažu određivanju potencijalnog uspjeha novog poduhvata u određenoj industriji



# Vrste privrednih grana i mogućnosti koje nude

1 od 4

- Privredne grane u nastanku
  - Privredne grane u kojima standardne operativne procedure tek trebaju biti razvijene.
    - Mogućnost: Prednost “prvog” na tržištu
- Fragmentirane privredne grane
  - Privredne grane koje karakteriše veliki broj preduzeća slične veličine.
    - Mogućnost: Konsolidacija.

# Vrste privrednih grana i mogućnosti koje nude

2 od 4

---

- Zrele privredne grane

- Privredne grane koje ne bilježe rast potražnje, ili je taj rast izuzetno spor.

- Mogućnosti: Inovacije procesa i inovacije postprodajnih usluga.

- Opadajuće privredne grane

- Privredne grane koje bilježe smanjenje potražnje.

- Mogućnosti: Liderstvo, uspostavljanje tržišne niše i sprovođenje strategije sniženja troškova.

# Vrste privrednih grana i mogućnosti koje nude

3 od 4

---

- Globalne privredne grane
  - Privredne grane koje bilježe izuzetan promet na međunarodnom tržištu
    - Mogućnosti: Strategije usmjerene na domaće tržište i globalne strategije.

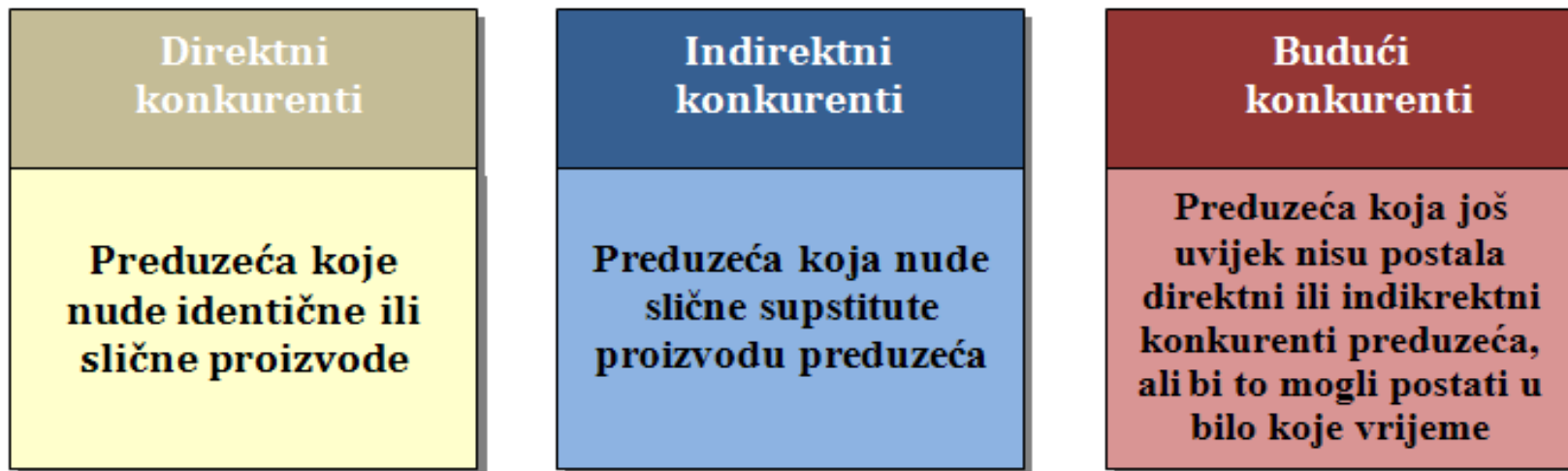
# Analiza konkurencije

---

- Šta je analiza konkurencije?
  - Analiza konkurencije predstavlja detaljnu analizu konkurenata preduzeća.
  - Ova analiza pomaže preduzeću da spozna pozicije svojih glavnih konkurenata i prilike koje mu stoje na raspolaganju.
  - Tabela za analizu konkurencije je sredstvo za organiziranje informacija koje preduzeće prikupi o svojim konkurentima.

# Identificiranje konkurenata

Vrste konkurenata sa kojima će se suočiti novi poduhvat





# Izvori podataka o konkurenciji

1 od 3

---

- Prikupljanje podataka o konkurenciji
  - Kako bi bilo u mogućnosti ispuniti tabelu za analizu konkurencije, preduzeće prvenstveno mora razumijeti strategije i ponašanja njegovih konkurenata.
  - Proces prikupljanja informacija u svrhu boljeg uvida u konkurente poznat je pod nazivom “spoznavanje konkurenata”
  - Novi poduhvat treba voditi računa o tome da informacije o konkurentima prikuplja na profesionalan i etičan način.

# Izvori podataka o konkurenciji

2 od 3

## Etični načini prikupljanja informacija o konkurentima

- Učestvujte na konferencijama i trgovačkim sajmovima.
- Kupite proizvode konkurenata.
- Proučite web stranice konkurenata.
- Postavite Google i Yahoo! e-mail napomene.
- Čitajte knjige, časopise i posjetite web stranice iz oblasti date privredne grane.
- Razgovarajte sa kupcima o tome šta ih je motiviralo da kupe Vaš, a ne proizvod Vašeg konkurenta.

# Izvori podataka o konkurenciji

3 od 3



- Mnoge kompanije učestvuju na trgovačkim sajmovima ne samo da bi promovirale svoje proizvode, već i da bi stekle uvid u to šta su smislili njihovi konkurenti.
- Ovo je slika sa 2008 Consumer Electronics trgovačkog sajma u Las Vegas-u.

# Ispunjavanje tabele za anлізу konkurencije

---

- Tabela za analizu konkurencije
  - Sredstvo za organiziranje informacija koje preduzeće prikupi o svojim konkurentima
  - Tabela za analizu konkurencije može pomoći preduzeću da stekne uvid u to kako stoji u odnosu na konkurente, dati ideje koje bi se mogle sprovesti na tržištu, i identificirati primarne izvore konkurentske prednosti.

# Tabela za analizu konkurencije za Espresso Fitness

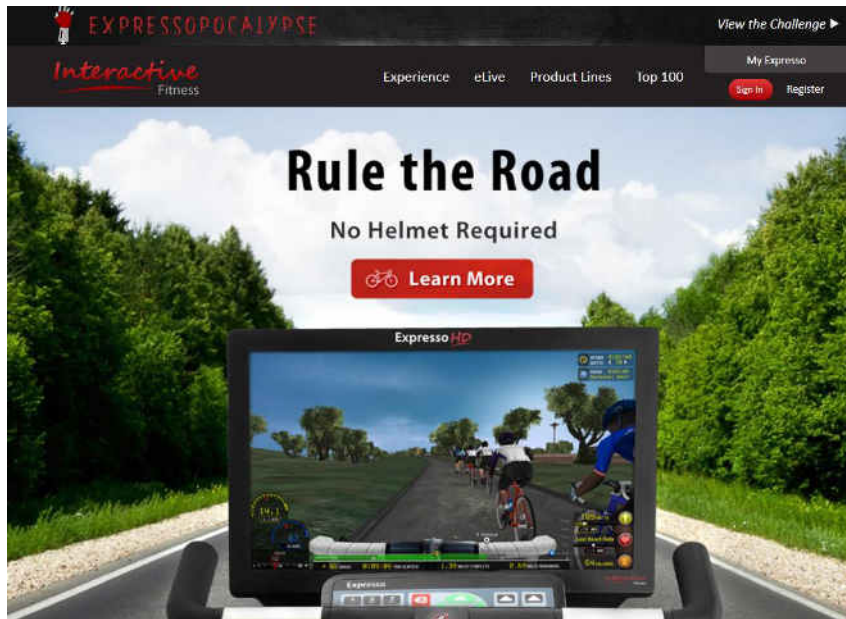
Tabela 5.5 Tabela za analizu konkurencije za Espresso Fitness

Naziv	Espresso Fitness	Cybox	Star Trec	Nautilus	Life Fitness
Osobine proizvoda	Prednost	Prednost	Jednake	Jednake	Nedostatak
Uključenost korisnika	Prednost	Jednaka	Jednaka	Nedostatak	Nedostatak
Trajnost	Jednaka	Jednaka	Jednaka	Nedostatak	Nedostatak
Povratne informacije od korisnika	Prednost	Prednost	Jednake	Jednake	Jednake
Koristi za zdravlje	Jednake	Jednake	Prednost	Jednake	Prednost
Cijena	Nedostatak	Nedostatak	Jednaka	Prednost	Prednost
Potrošačka usluga	Jednaka	Jednaka	Jednaka	Prednost	Jednaka

# Budi i ti ulagač rizičnog kapitala 5.1.

**Kompanija: Espresso Fitness**

<http://espresso.com/>



**Poslovna ideja:** Proizvesti biciklo za rekreaciju koje aktivira i motiviše korisnike time što se biciklo pretvori u video igru.

**Company: Xeros**

<http://www.xeroscleaning.com/>



**Poslovna ideja:** Proizvesti stroj koji pere odjeću i brže, koristi manje deterdžent, koristi manje vode, te proizvodi manje ugljikodioksida od konvencionalnih strojeva za pranje rublja.

# Budi i ti ulagač rizičnog kapitala 5.2.

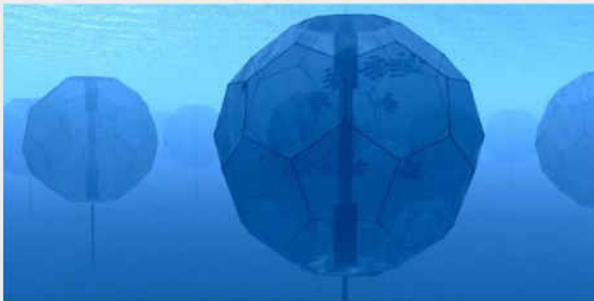
**Kompanija: Hawaii Oceanic Technology**  
<http://www.hioceanictech.com/>

**Company: Mission Motors**  
<http://www.ridemission.com/>

## HAWAII OCEANIC TECHNOLOGY, INC.

[Home](#) [About](#) [Video](#) [Industry News](#) [News](#)

*Hawaii Oceanic Technology, Inc.*



*Hawaii Oceanic Technology, Inc.*

Aquaculture is a \$100 billion industry that now provides half of all seafood consumed in the world. Almost one third of wild caught ocean species are being depleted beyond sustainability according to the UN Food Agriculture Association. A substantial amount aquaculture production globally is done on land and requires fresh water, quickly becoming scarce and costly. It is time to turn to the ocean to farm seafood in a sustainable manner if we are to meet the world's growing demand for seafood. Hawaii Oceanic Technology, Inc. offers a new generation deep ocean fish

Search Here:

### Contact Us

Your Name (required)

Your Email (required)

Subject

Your Message

Send



**Poslovna ideja:** Proizvesti velike količine brendirane ahi tune u otvorenom okruženju morske akvakulture, putem interno razvijenih, troškovno efikasnih i za okolinu pogodnih procesa.

**Poslovna ideja:** Proizvesti električni motocikl visokih performansi koji je najbolji u svojoj klasi u svakom pogledu.