

## S A D R Ź A J

<b>UVODNA RAZMATRANJA .....</b>	<b>5</b>
1. PREDMET I CILJ MASTER TEZE.....	6
2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....	8
2.1. INDUKTIVNA METODA .....	8
2.2. DEDUKTIVNA METODA .....	9
2.3. METODA ANALIZE .....	10
2.4. METODA SINTEZE.....	11
2.5. KOMPARATIVNA ILI UPOREDNA METODA.....	11
2.6. ISTORIJSKA METODA .....	12
2.7. STATISTIČKA METODA .....	13
3. OSNOVNA POLAZNA HIPOTEZA .....	15
<b>I. DEFINISANJE STRATEGIJE .....</b>	<b>16</b>
1.1. OPŠTE DEFINICIJE STRATEGIJE .....	16
1.2. IDENTIFIKOVANJE ODGOVARAJUĆE STRATEGIJE PREDUZEĆA.....	17
1.3. STRATEGIJA I POTRAGA ZA KONKURENTSKOM PREDNOŠĆU.....	18
<b>II. PROCES STVARANJA I PROVOĐENJA STRATEGIJE .....</b>	<b>19</b>
2.1. STRATEGIJSKA VIZIJA.....	19
2.2. UTVRĐIVANJE CILJEVA .....	21
2.2.1. Bolji strategijski rezultati potiču bolje finansijske rezultate.....	23
2.2.2. Potreba za dugoročnim i kratkoročnim ciljevima.....	23
2.2.3. Koncept strategijske namjere .....	24
2.2.4. Potreba za ciljevima na svim organizacijskim nivoima .....	24
2.2.5. Potreba za postavljanjem ciljeva odozgo naniže .....	24
2.3. IZRADA STRATEGIJE .....	25
2.3.1. Strategijska piramida.....	27
2.4. IMPLEMENTACIJA I PROVOĐENJE STRATEGIJE .....	29
2.5. UVOĐENJE KOREKTIVNIH MJERA .....	30
<b>III. STRATEGIJSKO RAZMATRANJE INDUSTRIJSKOG I KONKURENTSKOG OKRUŽENJA .....</b>	<b>31</b>
3.1. DOMINANTNA EKONOMSKA OBILJEŽJA INDUSTRIJE .....	31
3.2. KONKURENTSKE SILE U INDUSTRIJI.....	34
3.2.1. Suparništvo među konkurentnim prodavačima .....	34
3.3. FAKTORI PROMJENA U INDUSTRIJI I NJIHOV UTICAJ .....	35
3.3.1. Koncept pokretačkih sila .....	35
3.3.2. Identifikovanje pokretačkih sila neke industrije.....	35
3.4. IZGLEDI INDUSTRIJA ZA PROFITABILNOST .....	36
3.4.1. Različitost vrijednosnih lanaca konkurentskih kompanija .....	37
3.4.2. Sistem vrijednosnih lanaca cjelokupne industrije .....	38
3.4.3. Procjena troškovne konkurentnosti preduzeća .....	39
3.4.4. Benchmarking troškova ključnih aktivnosti vrijednosnog lanca .....	40
3.4.5. Strategijske opcije za ispravljanje troškovnog nedostatka .....	42
3.4.6. Pretvaranje stručnog izvođenja aktivnosti vrijednosnog lanca u konkurentsku prednost .....	43
<b>IV. OSNOVNE KONKURENTSKE STRATEGIJE.....</b>	<b>45</b>
4.1. KONKURENTNOST NA STRANIM TRŽIŠTIMA.....	47
4.2. STRATEGIJSKE OPCIJE ZA ULAZAK I KONKURENTNOST .....	47

4.2.1.	Strategije izvoza .....	48
4.2.2.	Strategije licenciranja .....	48
4.2.3.	Strategije korištenja franšiza .....	49
4.2.4.	Višedržavna ili globalna strategija .....	49
4.3.	<b>KONKURENTSKA PREDNOST NA INOSTRANIM TRŽIŠTIMA .....</b>	<b>50</b>
4.3.1.	Građenje konkurentske prednosti u prekograničnom poslovanju.....	51
4.3.2.	Globalne strategijske ofanzive – <i>dumping</i> .....	52
4.4.	<b>STRATEGIJSKI SAVEZI I ZAJEDNIČKI PODUHVA TI S INOSTRANIM PARTNERIMA .....</b>	<b>53</b>
4.4.1.	Rizici strategijskih saveza s inostranim partnerima .....	53
4.4.2.	Optimalno korištenje strategijskih saveza s inostranim partnerima .....	54
4.4.3.	Konkurisanje na tržištima u nastajanju.....	55
<b>V.</b>	<b>OPŠTI OKVIR ZA PROVOĐENJE STRATEGIJE .....</b>	<b>57</b>
5.1.	GLAVNE ZADAĆE MENADŽMENTA U PROVOĐENJU STRATEGIJE.....	57
5.2.	STVARANJE SNAŽNIH RESURSA I ORGANIZACIJSKIH SPOSOBNOSTI.....	58
5.3.	KLJUČEVI ZA EFIKASNO PROVOĐENJE STRATEGIJE.....	60
<b>VI.</b>	<b>PRIMJER POVEĆANJA KONKURENTNOSTI U INDUSTRIJI MLIJEKA I MLIJEČNIH PROIZVODA, VOĆA I POVRĆA U BIH U USLOVIMA PRIMJENE SAVREMENIH STRATEGIJA .....</b>	<b>63</b>
6.1.	OSNOVNE INFORMACIJE O SEKTORU POLJOPRIVREDE U RS .....	64
6.1.1.	Barijere u sektoru poljoprivrede .....	66
6.1.2.	Komparativne prednosti i problemi u sektoru poljoprivrede.....	69
6.1.3.	Preporuke za povećanje konkurentnosti u podsektorima .....	76
6.2.	KONKURENTNOST I USPOSTAVLJANJE ODNOSA SA INVESTITORIMA .....	78
6.2.1.	Identifikacija tržišta koja mogu biti izvor DSU (direktnih stranih ulaganja) .....	80
6.2.2.	Pristup stranim tržištima.....	84
6.3.	STRATEGIJSKI PRISTUP U PLASMANU MALINE NA EU TRŽIŠTA .....	92
6.3.1.	Proizvodnja voća u BiH .....	92
6.3.2.	Proizvodnja i skladišni kapaciteti u BiH .....	93
6.4.	ZNAČAJ LOGISTIČKIH CENTARA .....	100
6.4.1.	Industrijske zone, agro zone i logistički centri .....	100
6.4.2.	Značaj logističkih centara.....	103
	<b>ZAKLJUČAK .....</b>	<b>104</b>
	<b>LITERATURA .....</b>	<b>106</b>