

1. UVODNA RAZMATRANJA

Ekonomija je reč grčkog porekla i označava optimalno kombinovanje resursa u cilju stvaranja novih vrednosti. U bukvalnom smislu ekonomija predstavlja „skup pravila kućnog gazdovanja“.

Usluge nisu materijalna dobra, za razliku od proizvoda i robe, usluge se ne mogu opipati ili čulima osetiti, ne mogu se posedovati, odnosno ne mogu se skladištiti, pa se zbog toga teško utvrđuje njihov kvalitet i realna cena, odnosno dostupne su konkurenciji, lako se pruzimaju i kopiraju i teško ih je pravno zaštititi.

Platon je smatrao da svaka trgovina znači bogaćenje jednog manjeg broja ljudi na štetu drugog većeg broja ljudi.

1.1 Predmet i cilj

Strategija predstavlja određivanje pravaca aktivnosti koje su usmerene ka određenom cilju. Osnovi cilj svakog preduzeća jeste ostvarenje profita čime se omogućava opstanak tog preduzeća na tržištu.

Sledeći cilj preduzeća je rast preduzeća, koji je glavni uslov da bi to preduzeće ostvarilo razvoj. Razvoj preduzeća može da bude tehnološko proizvodni, ili tržišni razvoj, a u novije vreme eksterni razvoj, npr. kada velike kompanije stvaraju međusobna partnerstva radi bržeg ulaska na delove tržišta.

Pored ova dva cilja preduzeće na duži vremenski period želi da ostvari što bolju stratešku poziciju u odnosu na konkurenciju. Kada posmatramo značaj ciljeva zapažamo sledeće:

1. Cilj predstavlja željeno stanje kome teži preduzeće i cilj preduzeća ima veći značaj u odnosu na ciljeve pojedinih delova preduzeća;
2. Dugoročni ciljevi imaju prednost u odnosu na kratkoročne ciljeve jedne organizacije.

Strategija obuhvata elemente na strani ponude i na strani tražnje. Svaka organizacija posluje u uslovima rizika i neizvesnosti pa je neophodno da se blagovremeno prilagodi promenama u okruženju, odnosno da se adaptira na nastale promene. Promene su brojne i na njih organizacija uglavnom delimično može da utiče, kroz prilagođavanja koja mogu da budu od slučaja do slučaja ili ad hoc (situaciona) prilagođavanja u zavisnosti od trenutne situacije, i strateška prilagođavanja na duži vremenski period koja su mnogo bolja za organizaciju jer omogućavaju organizaciji stvaranje bolje konkurentne prednosti. Da bi se organizacija što bolje odbranila od rizika iz okruženja ona mora da menja proizvodni i uslužni asortiman, odnosno poslovni kapacitet. Što znači da mora da ulaže u istraživanje i razvoj, jer samo tako dolazi do inovacija.