



Mašinski fakultet
Katedra za industrijsko inženjerstvo

Industrijski menadžment
vežbe

ANSOFF MATRICA

Kao alat strategijskog menadžmenta, kojim može da se definiše neka od potencijalnih strategija preduzeća – kao odgovor na promene iz okruženja ili na promene koje se javljaju unutar same organizacije, može se koristiti **Ansoff matrica**. Ova matrica obuhvata elemente potencijalnih **strategija rasta, strategije stabilizacije i defanzivnih strategija**.

TRŽIŠTE	STARO	Ne činiti ništa Povući se Konsolidacija Prodiranje na tržište	Razvoj proizvoda
	NOVO	Razvoj tržišta	Diverzifikacija (povezana ili nepovezana)
		STAR	NOV
		PROIZVOD	

Strategije

1. **Prodiranje/Penetracija na tržište** – Koncept povećanja prodaje postojećih proizvoda na postojećem tržištu
2. **Razvoj tržišta** – Fokusira se na prodaju postojećih proizvoda na nova tržišta
3. **Razvoj proizvoda** – Fokusira se na uvođenje novih proizvoda na postojeće tržište
4. **Diverzifikacija** – Koncept ulaska na novo tržište sa potpuno novim proizvodima (koja podrazumeva povezanu ili nepovezanu diverzifikaciju, uključujući vertikalnu i horizontalnu integraciju)

Studija slučaja – Kuća hrane

Kuća hrane



Informacije

Website: <http://ie.mas.bg.ac.rs/>

Saradnik: Ermina Ćosović

Kabinet: 406

Email: ecosovic@mas.bg.ac.rs

