

# **IZBOR STRATEGIJE ULASKA NA TRŽIŠTE NA BAZI PREFERENCIJA POTROŠAČA**

## **Apstrakt**

U poslovnom okruženju koje se odlučuje dinamikom i izraženom konkurencijom većeg broja tržišnih igrača, neophodno je sagledati i preferencije potrošača u cilju boljeg pozicioniranja. Rad će biti fokusiran na združenoj primeni koncepata teorije igara za analizu konkurencije u igrama ulaska na tržište, i metodama za određivanje preferencije potrošača.

U teorijskom delu biće ukratko predstavljeni osnovni elementi teorije igara, strateški potezi koji predstavljaju način za manipulisanje u igrama, ali i pojam kredibiliteta kao način ostvarivanja pretnji i obećanja, a potom će rad biti usmeren na igre ulaska u ulaska na tržište, gde konkurenti odnosno igrači formiraju različite strateške poteze kako bi nadmudrili konkurenciju i ostvarili veći udeo na tržištu kao i maksimalni mogući profit.

Uz pomoć conjoint analize, jedne od najpopularnije metode za merenje preferencija, izvršeno je istraživanje vezano za merenje preferencija korisnika fitnes programa, kako i onih potencijalnih u cilju dobijanja odgovarajućih smernica kako i na koji način organizovati funkcionisanje nekog fitnes objekta koji bi primarno bio baziran na grupnim treninzima.