



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ

МАШИНСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

На основу члана 33. став 3. Правилника о основним академским студијама

О Б А В Е Ш Т А В А

да ће студент **МИЛАН НИКОЛИЋ**

дана **20.10.2025.** са почетком у **10,00 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Анализа бренда “ ИКЕА “
------	-------------------------

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Јелена Петровић
Члан	проф. Др Милена Рајић
Члан	доц. др Милош Милованчевић

РЕЗИМЕ

Овај рад анализира пословни модел компаније **ИКЕА** кроз призму њеног глобалног успеха, иновација и прилагођавања локалним тржиштима. Фокус истраживања је на стратегијама које ИКЕА користи за прилагођавање променљивим тржишним условима и потрошачким преференцијама, укључујући дигитализацију и иновације у логистици и дизајну производа. Коришћене методе анализе укључују **SWOT**, **PEST** и **маркетинг микс (7P)**, уз детаљно разматрање конкуренције и препорука за унапређење. Резултати показују да ИКЕА поседује значајне предности у иновативном пословном моделу, препознатљивом дизајну и ефикасној логистици, али се суочава са изазовима попут растуће конкуренције и флукуација у ланцу снабдевања. Предложене препоруке укључују даљи развој дигиталних алата, проширење прилагођених производа и ширење на тржишта у развоју, што би додатно оснажило тржишну позицију компаније. Закључује се да ИКЕА има капацитет да кроз континуиране иновације, стратешка партнерства и прилагођавање регионалним потребама не само одржи водећу позицију у индустрији намештаја, већ и прошири свој утицај на нова тржишта. Овакав приступ омогућава компанији да повећа конкурентску предност, задовољи растуће потребе потрошача и оствари дугорочан одрживи раст у динамичном глобалном окружењу.

Кључне речи:

ИКЕА, Маркетинг микс, SWOT анализа, PEST анализа, Анализа конкуренције

Ниш, 08.10.2025.год.