

Uvod

U ovom radu pažnja je fokusirana na tri glavna indikatora smera u kojem se kreće određeno preduzeće, odnosno na tri relevantna elementa faze ili koraka usmerenja: viziju, misiju i strateške ciljeve. Vizija podrazumeva: aspiracije, vrednosti i filozofiju preduzeća u generalnom smislu. Iskaz o misiji transformira široke vizije u konkretniji iskaz o svrsi preduzeća. Strateški ciljevi predstavljaju konkretne mete koje je odabralo preduzeće, a preko kojih se nada da će realizovati svoju misiju.

Već u prvim dekadama XX veka menadžeri se definišu kao ljudi koji nemaju vlasništvo. Oni iznajmljuju svoju stručnost. Njih angažuju vlasnici da obave rukovodilačke aktivnosti u nekoj privrednoj delatnosti. Menadžment je kontinuelni proces kojim se pokreće i usmerava poslovna aktivnost radi ostvarenja svrhe poslovanja preduzeća. Rezultat procesa upravljanja je poslovna odluka i njena realizacija u poslovnoj aktivnosti. Rezultat poslovne aktivnosti preduzeća su određeni proizvodi i usluge kojima se podmiruju potrebe potrošača, privrede i društva, što je osnova za ostvarenje dobiti. Upravljanjem se alociraju izvori na one poslovne aktivnosti (proizvode i usluge) za kojima postoje uočene i identifikovane potrebe i zahtevi u privredi i društvu. Ekonomski karakter menadžmenta se ogleda u podmirivanju potreba potrošača, privrede i društva u proizvodima i uslugama. Preduzeće se osniva da bi zadovoljilo potrebe potrošača, privrede i društva koje imaju trajni karakter, iz čega proizilazi i trajna aktivnost upravljanja. Menadžment je stalni proces rešavanja problema sa kojima se suočava preduzeće u obavljanju svoje poslovne aktivnosti. Planiranje usmerava poslovnu aktivnost, organizovanje osposobljava preduzeće da efikasno ostvaruje planske odluke, a kontrola ustanovljava rezultate koji su ostvareni preduzetim akcijama na osnovu planskih odluka. Menadžment je dinamički proces, jer se uslovi u privredi i preduzeću menjaju, te je neophodno prilagođavati aktivnosti izmenjenim uslovima poslovanja.

U prvom delu rada se najpre definiše strategijski menadžment s obzirom na to da on omogućava da se preduzeće osposobi da izbegava pojavu krizne situacije u područjima poslovne aktivnosti. S obzirom na to, akcenat je na blagovremenoj analizi strategijske pozicije preduzeća u privredi, utvrđivanju kriterija za izbor među alternativnim strategijama i preduzimanju akcije koja se na osnovu feedback sistema (povratne sprege) kontroliše i usmerava. Takođe, pored pojma strategijskog menadžmenta, obrađene su i njegove karakteristike, kao i uloga stratega.

S obzirom na to da ne postoji moćniji pokretač jedne organizacije ka dugoročnom ostvarenju željene pozicije u budućnosti i dugoročnom uspehu od atraktivne i ostvarljive vizije budućnosti koja je široko prihvaćena u organizaciji, drugi deo rada je posvećen viziji i misiji preduzeća, ciljevima preduzeća, izburi najoptimalnije strategije prilikom ostvarivanja ciljeva, itd.

Imajući u vidu da u procesu formulisanja strategije ključno pitanje je određivanje poslovnog područja, može se slobodno reći da ta odluka opredeljuje sudbinu preduzeća u celini, tako da je treći deo rada orijentisan na ovu vrstu problematike.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com