

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Strategijsko planiranje". Rad ima 16 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

1.UVOD

Planiranje je prva i suštinska faza procesa menadžmenta kao i bitna odgovornost svih menadžerskih nivoa. Planiranje predstavlja formulisanje ciljeva i načina njihovog ostvarenja koje je koordinirano sa stvaranjem i prilagođavanjem osnizacijone strukture, stila vođenja i modela kontrole.

Rezultat procesa planiranja su planske odluke. Osnovnu plansku odluku predstavljaju ciljevi. Ciljevi predstavljaju željeno stanje ili stepen poboljšanja sadašnjeg stanja. Druge planske odluke, strategija, biznis plan i projekat, služe realizaciji ciljeva.

Planiranje se realizuje u ciklusima, započinje predviđanjem trendova, nastavlja se preduzimanjem odgovarajućih akcija, a završava se praćenjem efekata preduzetih akcija. Proces planiranja je tesno povezan sa procesima odlučivanja i kontrole.

Proces planiranja se odvija u svim organizacionim delovima preduzeća i na svim nivoima upravljanja a kvalitet planiranja na svakom hijerarhijskom nivou zavisi od sposobnosti, znanja i količine i kvaliteta informacija kojima raspožu menadžeri na različitim nivoima.

Strateško planiranje je kontinualni proces u kome se preispituju interne mogućnosti (snaga i slabosti) i analizira globalno tržište (identifikuju šanse i pretnje) da bi se opisali strateški ciljevi i konstituiasala optimalna strategija razvoja.

Usvojena strategija je osnov za dalju implementaciju planskih akcija , programa i projekata u cilju adaptiranja organizacionih resursa za produkciju prilagodjenih proizvoda ili uspeha budućim potrebama klijenata na konkurentskom tržištu.Nove prilike i pretnje pojavljuju se iznenada na tržištu i zahtevaju brzi odgovor same organizacije. Strategija koja je bila odgovarajuća i uspešna u prošlosti teško da će biti pogodna u sadašnjosti a postaće potpuno prevazidjena za primenu u budućnosti.

Strategija je prema Asnoffu vidjena kao operator koji je dizajniran da transformiše firmu sa sadašnje pozicije, u poziciju opisanu preko ciljeva na osnovu koje poslovni subjekt prinudno razvija svoje sposobnosti i potencijale.

Strategija se moze definisati i kao set akcija koje organizacija preduzima, u cilju optimizacije upotrebe svojih resursa da bi na tržištu ponudila odgovarajuće proizvode ili usluge po cenama, koje su kupci spremni da plate.

Postoje(bar) tri fundamentalna elementa strategije i to :

1. svesnost - razmevanje strateške pozicije
2. formulacija - izbor odgovarajuće strategije
3. implementacija - realizacija izabrane strategije

2.1.PROCES STRATEŠKOG PLANIRANJA

Implementacija strateškog planiranja je proces koji zahteva primenu i poštovanje niza različitih planskih procedura.

Uspešnost strategijskog planiranja je u direktnoj zavisnosti od stepena integracije: strategije, strateških ciljeva, budžeta i akcionih programa.

Asnoff, poznati teoretičar strateskog planiranja, naglasio je da je i procesu implementacije strateških planova prvi korak konverzija planiranih nivoa u koordinisane akcione programe (akcione planove) za različite organizacione jedinice preduzeća. Akcioni programi konkretizuju detaljno: planove, akcije, ciljeve, kvantitete, kontrolne tačke i prekretnice.

Empirijska istraživanja su pokazala da organizacije više koriste jednostavnije modele budžeta (kapitalno i troškovno budžetiranje) kao osnovno plansko orudje za sprovođenje biznis plana.

2.2.SHEMA PROCESA STRATEGIJSKOG PLANIRANJA

Ovaj proces se najbolje može objasniti putem shematskim prikaza njegovih elemenata, faza, korelativnih veza i posledicnih implikacija.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com