

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Strategijska vizija i ciljevi preduzeća". 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.

Sadržaj

Uvodna razmatranja.....	3
1. Vizija preduzeća.....	4
2. Misija preduzeća.....	5
3. Odnos misije i strategije.....	7
3.1 Vizija i misija kao osnova strategijske akcije.....	8
4. Strateški ciljevi preduzeća.....	9
4.1. Dugoročni ciljevi.....	11
4.2. Izbor dugoročnih ciljeva i glavnih strategija.....	11
4.3. Redosled odabira ciljeva i strategije.....	12
4.4. Godišnji ciljevi.....	13
4.5. Povezivanje godišnjih sa dugoročnim ciljevima.....	13
4.6. Prednost godišnjih ciljeva.....	14
Zaključna razmatranja.....	16
Literatura.....	17

Uvodna razmatranja

Strategijski menadžment predstavlja koncept upravljanja koji je relevantan za savremene uslove poslovanja i svojevrsan je odgovor na sve brojnije i složenije izazove.

Pojava stategijskog menadžmenta je u vezi sa problemima sa kojima počinje da se suočava menadžment velikog broja preduzeća 70-tih god prošlog veka. Za mnoga preduzeća kritičan faktor uspeha postaje sposobnost uočavanja i prilagođavanja bržim promenama u okruženju. Od preduzeća se zahteva fleksibilnost, blagovremeno i pravilno reagovanje. Akcentuje se, ne samo značaj planske komponente u upravljanju, već i primena donetih planskih odluka.

Strategijski menadžment postaje paradigma upravljanja preduzeća. To je konceptualni okvir koji povezuje šanse i pretnje iz okruženja, mogućnosti preduzeća i želje njegove uprave.

U ovom radu pažnja je fokusirana na tri glavna indikatora smjera 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 realizirati svoju misiju.

1. Vizija preduzeća

U strategijskom menadžmentu vizija se tiče ciljeva koji su najšire definisani, generalni i sveobuhvatni. Vizija opisuje aspiracije za budućnost, bez specificiranja sredstava koja su neophodna da bi se postigli željeni rezultati. Najefektivnije vizije su one koje inspirišu, i ova inspiracija obično poprima oblik traženja onog što je najbolje, najviše, i najveće. To može biti najbolja usluga, najbolji smisao za postizanje nečega, ali isti mora biti maksimalno inspirativan. Ukoliko se želi da vizija bude inspirativna, ista mora biti pravilno prenešena, i to obično na veliki broj ljudi.

Prenošenje vizije se radi na dva načina. Najočiti je preko izveštaja (iskaza) o misiji. Manje očit, ali možda čak i bolje sredstvo prenošenja vizije je preko ubedljivog menadžmenta.

Kao primer, razmotrite kako su rukovodioci firme Saturn uspeli da ubede skeptike da je kvalitet zaista prvi prioritet za tu kompaniju. Istorijski gledano, kada počne proizvodnja novog modela automobila, niko ne očekuje da će kvalitet biti njegova najbolja odlika. Obično treba nekoliko meseci da se poveća nivo kvaliteta, dok se svi mali bezbrojni nedostaci ne otklone. U međuvremenu će se proizvodnja nastaviti i rezultirajući automobil neće biti toliko dobar koliko je to zacrtano. Zbog toga su menadžeri Saturna zaustavili proizvodnju i izgubili milione na prodaji zato što se firma bavila otklanjanjem malih problema vezanih za kvalitet, i tako je njihova vizija postala sasvim jasna: ova organizacija se stvarno posvetila postizanju kvaliteta. Jasno je iz iskustava, kao što je Saturnovo, da dela stvarno govore glasnije od reči. Ali su i reči takodje važne.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com