

Seminarski rad

Predmet: Strategijski menadžment u saobraćaju i
carini

Tema: Korporativna strategija

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

1. Vizija, misija i ciljevi korporacije

Nastanak i funkcija jednog preduzeća se opisuje kao interakcija vizionarskih sposobnosti lidera i veštine know-how menadžmenta. Lider se opisuje kao čovek koji ima ideju i snagu da bez prisile utiče na druge da ostvaruju ciljeve preduzeća. Menadžer je orjentisan na znati kako (efikasnost), a lider na znati zašto i zašto ne (efektivnost). Menadžer rešava problem, a lider ga indetifikuje.

Za lidera je važnije posedovanje vizije i da je transformiše u stvarnost. Da bi se ona transformisala u stvarnost, neophodni su misija i ciljevi kao ključni i početni elementi strategijskog planiranja.

Vizija

Vizija je početni input u strategijskom odlučivanju. Vizija je viđenje budućnosti, verovanje u sistem vrednosti kojim lider želi da pridobije sledbenike u pokretanju i realizaciji poslovanja preduzeća.

Efektivna vizija treba da inspiriše i da zahteva najbolje i najviše. Vizija zajedno sa misijom služi za podsticanje i motivisanje kolektiva na ostvarenje cilja. Prava vrednost vizija dolazi do izražaja u momentu definisanja misije, kao i u ponašanju lidera u kasnijem poslovanju preduzeća.

Misija

Ona se vezuje za kompletnije i određenije razumevanje svrhe postojanja. Viziju treba transformisati u misiju na osnovu koje se onda određuju ciljevi i politika, a kasnije na osnovu njih i strategija. Misijom se bliže određuje domen poslovanje preduzećem. Ona opisuje proizvodne, tržišne i tehnološke fokuse na kojima će insistirati preduzeće u poslovanju.

Misija mora biti:

- Konpatibilna sa okruženjem i aspiracijama glavmih stakeholdera
- Realistična
- Distinktivna (prepoznatljivost imidža)

- Da inspiriše i apeluje
- Da je podobna za formulisanje ciljeva i politike

Misija omogućava preduzeću:

- jedinstveno razumevanje svrhe u okviru preduzeća kao celine
- obezbeđuje osnovu za motivisanje upotrebe resursa
- uspostavlja opštu poslovnu klimu
- olakšava transformaciju svrhe i ciljeva u zadatke

Ciljevi

Predstavljaju željeno stanje kom će preduzeće težiti u ostvarivanju svoje misije. Ciljevi su odraz načina kako je preduzeće razumelo misiju i svoje obaveze prema stakeholderima.

Ciljevi moraju:

- Imati jaku motivacionu snagu
- Služiti kao osnova za racionalno usmeravanje aktivnosti
- Moraju biti realni sa stanovišta mogućnosti preduzeća
- Moraju biti kompatibilni sa sistemom vrednosti društva u kome preduzeće ostvaruje sviju misiju.

I vizija i misija i ciljevi su orjentisani ka budućnosti. Ciljevi kvantitativno i kvalitativno preciziraju vrste i nivoe poslovnih performansi koje preduzeće u budućnosti želi da ostvari.

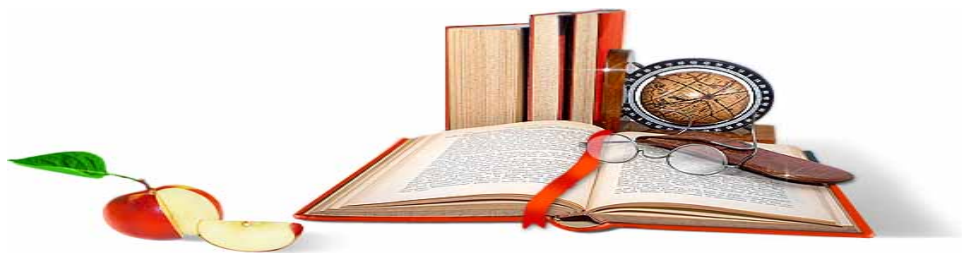
Ansolt-ova klasifikacija ciljeva:

- Performansni ciljevi - kojima se osigurava željeni trend resta preduzeća i njegove profitabilnosti
- Ciljevi rizika - obezbeđuje se otpornost preduzeća na spoljne uslove

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

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com