

Planiranje i strateško planiranje

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 23

Sadržaj:

Glava I	4
PLANIRANJE	4
Definisanje i cilj planiranja	4
Pojam planiranja	4
Sadržaj procesa planiranja	6
Nužnost i ciljevi planiranja	9
Glava II	13
STRETEGIJSKO PLANIRANJE	13
Elementi strategijskog planiranja	13
Osnovna misija	14
Strategijski ciljevi	14
Determiniranje strategije	14
Strategija i strategijsko planiranje	17
Vrste strategija	17
Tipovi strategija (Freeman)	18
Strateške analize i izbor strategije	19
Zaključak	22
Literatura	23

Uvod:

Funkcija planiranja obuhvata aktivnosti utvrđivanja ciljeva tekućeg poslovanja i razvoja, zatim predviđanja i definisanja budućih zadataka, kao i uslova u kojima treba da se izvršavaju zadaci i ostvaruju ciljevi. To je menadžerska funkcija u okviru koje se vrši izbor pravca akcija za pribavljanje, alokaciju, korišćenje i zamjenu resursa date organizacije.

Proces planiranja predstavlja sistematizovano sagledavanje budućih aktivnosti preduzeća, kako bi se pripremile odgovarajuće mjere za akcije u sadašnjosti. Time se doprinosi poboljšanju položaja preduzeća u njegovom ukupnom društvenom okruženju, a posebno na tržištu. Prema tome, planiranje je kreativni proces, što podrazumijeva stalno nastojanje preduzeća da usavršava svoje poslovanje i da se ne miri sa postojećim stanjem.

Proces planiranja kao svjesna, organizovana aktivnost predstavlja sve veću nužnost za preduzeće kao osnovni subjekt tržišne privrede. To je uslovljeno činjenicom da preduzeće posluje kao deo ukupne svjetske privrede, u koju se uključuje posredstvom tržišta kao osnovnog regulatora procesa predviđanja. Na taj način, na poslovanje preduzeća utiču ne samo interni faktori i dejstva iz neposrednog okruženja već i zbivanja u svjetskoj privredi.

Strateško planiranje značajno je zbog najmanje 2 razloga. Prvo, pomaže organizaciji da se nosi sa svojom spoljašnjom okolinom.

Ono pomaže organizaciji u redefinisaniu i/ili reformisanju strategije. Drugi razlog je da ono donosi rezultate, i to je jako važno.

Postoje 4 osnovna elementa strateškog planiranja: formulacija osnovne misije, postavljanje ciljeva, determinisanje strategija i portfolio planiranje.

Kultura korporacije može pomoći organizaciji da se prilagodi promjenama okoline ili da izbjegne prijetnje konkurenata koje bi mogle voditi u stagnaciju i konačni neuspjeh.

Strategijski ciljevi koje postavlja organizacija su u svojoj orijentaciji eksterni. Oni nastoje osigurati mogućnost upoređivanja performansi matične firme sa konkurencijom.

U mnogim preduzećima diverzifikacija prepušta mjesto integraciji. Strategijsko planiranje se upotrebljava da se ostvari sklad između organizacije i njene okoline.

Strategija je definisanje osnovnih pravaca razvoja preduzeća i načina ostvarenja ciljeva u određenom planskom razdoblju.

Najpoznatija strateška analiza je SWOT analiza, i ona se najčešće koristi. Razvijena je kao sredstvo sistemske analize, odnosa eksternih prijetnji i povoljnih prilika i literalnih prednosti i slabosti.

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

www.maturskiradovi.net

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