

SADRŽAJ:

1. Uvod
2. Korporativni ciljevi .
3. Stratesko vreme
4. Popusti na gotovinske tokove .
5. Vizija ..
6. Izgradnja korporativne vizije
7. Tri najvažnija svojstva predviđanja
- 7.1 Proizvodi I usluge
- 7.2 Kupci.....
- 7.3 Trziste.....
- 7.4 Zaposleni.....
- 7.5 Filozofija poslovanja.....
8. Ostvarenja.....
9. Organizacioni ciljevi koji imaju smisla.....
10. Zaključak.....

1. Uvod

Alisa: "Cesirska mackice", rekla je ona poprilično stidljivo kao da nije bila sigurna da li ce mu se svideti ime, ipak se samo namrstila I upitala "Mozes li mi reci, molim te, kojim bi putem trebala da idem"

Macka: "To uglavnom zavisi od toga gde zelis da ides."

Alisa: "Nije mi mnogo vazno."

Macka: "Onda nije vazno kojim ces putem krenuti."

"Samo da me odvede negde", Alisa dodade kao objasnjenje .

Macka: " Oh, sigurno ces to uraditi- ako dovoljno dugo hodas."

Iz ovog odlomka mozemo izvuci to da ako ne znas gde zelis da ides onda nije bitno kojim ces putem ici. Kao I u Alisinom slucaju, ovo se moze primeniti za biznis strategiju. Da bi isplanirao nacin na koji da dodjes do uspeha, moras definisati uspeh. Tako da strategija pocinje sa ciljem, metom koju moramo sa naporom dostici.

2. Korporativni ciljevi

3. Stratesko vreme

Vreme je kritican faktor u pravljenju poslovnih odluka. Na primer kada se pravi vizija kompanije za 20 godina unapred, to je veoma tezak potez, jer nas strateski plan obicno uzima u obzir vremenski period od 3 do 5 godina. Sa druge strane postoje kratkorocni planovi, koje ima svaka kompanija za tekucu godinu. A javne firme donose bitne odluke za naredni kvartal.

U strategiji, vreme koje je na raspolaganju se mora prilagoditi trzistu I brzini kojom se menja to trziste.

4. Popusti na gotovinske tokove

Metod koji se koristi za izracunavanje investicionih odluka, koji poredi trenutne vrednosti kolicine investicija sa procentom vrednosti za buduce tokove novca od ulaganja sa popustom po stopi vracanja u koje je uracunat rizik. U teoriji I u ocima mno gih menadzera neto sadasnju vrednost- razliku izmedju investicija I tokova gotovine- sa popustom predstavlja povecanje vrednosti kompanije od donosenja investicija.

Ipak vecina poslova zahteva vise od toga I eksplicitniji jezik za postavljanje ciljeva, da bi definisali ukupnu strategiju poslovanja. Strateski ciljevi definisu sta cemo raditi u preduzeću, kako cemo voditi poslove, kao I u kojim trzistima cemo se takmiciti I oni su detaljni. Menadzment se cesto bavi pitanjima kao sto su:

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

www.maturskiradovi.net

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