

UVOD

Definisanje strategijskog menadžmenta

Termin "strategija" prvi put se koristio još pre nove ere u staroj Grčkoj. Pojam potiče od reči strategos koja je označavala funkciju komandujućeg u vojsci, "kako se postaje general", da bi se kasnije njen značaj proširio i na njegove veštine tj. njegove lične sposobnosti i umeće da komanduje na bojnopolju.

Za uspešno poslovanje preduzeća, kao i za njegovu sposobnost i brzinu prilagođavanja promenama, nije dovoljno sprovesti strategijsku analizu i odrediti ciljeve poslovanja, već je neophodno utvrditi i način delovanja za ostvarivanje ciljeva. "Način delovanja za ostvarivanje ciljeva naziva se strategija."

Izraz strategija koja se upotrebljava u strategijskom menadžmentu pozajmljen je iz vojničkog rečnika i iz teorije igara. Tek nakon II Svetskog rata javlja se ideja da je strategijsko planiranje i implementacija tih planova poseban proces menadžmenta-proces koji danas nosi naziv strategijski menadžment. U literaturi o menadžmentu koncept strategije je uveden 1962. godine od strane istoričara biznisa Alfreda Čelendera (Alfred Chandler). On je prvi definisao strategiju i uveo je kao značajnu temu u menadžment literaturu. Po njemu strategija se definiše kao: "Način određivanja bazičnih dugoročnih ciljeva preduzeća, usvajanje pravca njegovog razvoja i alokaciju resursa neophodnih da se postavljeni ciljevi ostvare"

Za strategijski menadžment bitni su kako strategijsko razmišljanje, tako i strategijsko planiranje. To su dva procesa, koja su u dijalektičkom jedinstvu. Svrha strategijskog razmišljanja je da se otkriju imaginativne strategije, koje će definisati pravila konkurentne igre i sagledati budućnost. Karakteristike procesa strategijskog razmišljanja su:

sintetičnost

divergentnost

kreativnost

Svrha strategijskog planiranja je da operacionalizuje strategiju stvorenu strategijskim razmišljanjem i da podrži ovaj proces.

Karakteristike procesa strategijskog planiranja su:

analitičnost

konvergentnost

konvencionalnost

Po dr Daraganu Subotiću "strategijski menadžment se može posmatrati kroz seriju koraka kojom organizacija treba dostići sledeće ciljeve:

analiza šansi i pretnji ili pritisaka koji postoje u spoljnom okruženju

analiza snaga i slabosti u unutrašnjem okruženju

utvrđivanje misije i ciljeva organizacije

formulisanje strategije (na kooperativnom nivou, nivou poslovne jedinice i funkcionalnom nivou, tako da se mogu uspešno suočiti

unutrašnje snage i slabosti sa spoljašnjim šansama i pretnjama)

primena strategije

aktivnosti strateške kontrole da bi se osiguralo dostizanja organizacionih ciljeva"

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

www.maturskiradovi.net

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