

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Značaj strategije u razvoju poslovanja". Rad ima 47 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

5. PRIKAZ PREDUZEĆA „ NIS NAFTAGAS" NOVI SAD.....	39
5.1. Remont- tehničkih sredstva.....	40
5.2. Izradnja, proizvodnja i mašinska obrada.....	41
5.3. Projektovanje, merenje, kontrola i ispitivanje.....	42
5.4. Misija i vizija.....	43
6. ZAKLJUČAK	45
7. LITERATURA	47

UVOD

Svako preduzeće se rukovodi određenim namerama. Namere su sadržane u misiji preduzeća i dugoročnim ciljevima. Zadatak strategijskog menadžmenta je realizacija namera, dok je njegov osnovni kontekst okruženje. Logika strategijskog menadžmenta je da se za eksterno okruženje vezuju šanse i pretnje, a za interno okruženje slabe i jake strane preduzeća. Suština strategije preduzeća je da se balansirano koriste karakteristike internog i eksternog okruženja kako bi se ostvarile njegove namere.

Strategija je skup akcija koje preduzima preduzeće kako bi odgovorilo na šanse i pretnje iz okruženja koristeći svoje jake strane ili izbegavajući slabe strane. Nema dileme da se preduzeće mora kontinuelno prilagođavati svom okruženju da bi opstalo i prosperiralo. Okruženje je šansa za svako preduzeće, ali i pretnja ukoliko njegovi menadžeri ne shvate da je uloga preduzeća da bude agent promena, a ne da dominira okruženjem.

Da bi preduzeće omogućilo sebi rast i razvoj u tržišnim uslovima poslovanja, prilikom formulisanja strategija neophodno je vršiti analize opšteg, konkurentskog i internog okruženja. Opšte okruženje je bitno zbog toga što govori o opštim uslovima obavljanja poslovanja. Pri formulisanju strategije polazi se, pre svega, od saznanja u kojoj fazi ciklusa se privreda nalazi, koliko će trajati ta faza i kada će se javiti prekretnica. Strategija se formuliše na bazi odnosa preduzeća i okruženja i namera stratega. Prilikom analize konkurentskog okruženja, najveći broj aspekata se ispoljava u grani. Preduzeće ostaje u grani ukoliko ono ima dovoljan nivo atraktivnosti, a sama atraktivnost je posledica delovanja strukturnih karakteristika grane. Grana bitno utiče na obuhvat strategije konkretnog konkurenta. U grani se ispoljava konkurentska utakmica na način da konkurenti konkurišu za poziciju kod kupca. Pored eksternog okruženja, pri formulisanju strategije mora se respektovati i strategijsko i interno okruženje. Strategijsko okruženje je posledica činjenice da u okviru grane postoji grupa preduzeća koja je izložena delovanju istih ili približno istih pretnji i šansi koje se razlikuju od

pretnji i šansi same grane. Interno okruženje ili okruženje unutar samog preduzeća predstavlja način struktuiranja preduzeća koji omogućava praćenje odnosa između strategije i performansi, pre svega, vrednosti.

Zbog ubrzanja tempa promena u okruženju, dužina vremenskog zaostajanja u prilagođavanju postaje kritičan faktor uspeha. Greške u upravljanju, u tim uslovima, imaju sve teže posledice za opstanak preduzeća. Sve više se potvrđuje da na dugi rok ne postoje uspešna preduzeća kao takva, već da se može govoriti samo o preduzećima koja sa više ili manje uspeha koriste mogućnosti za rast i razvoj ili sa više ili manje uspeha otklanjaju pretnje rastu i razvoju.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com