

OBLIKOVANJE POSLOVNE STRATEGIJE

Nakon sprovedene eksterne analize i prepoznatih vanjskih "šansi" i "opasnosti", te organizacijskih "snaga" i "slabosti", stvoreni su potrebni preduslovi za otpočinjanje procesa oblikovanja poslovne strategije.

Proces oblikovanja poslovne strategije je korak u procesu strateškog menadžmenta koji pretpostavlja i najveći stepen angažmana "desne strane mozga" - visok stepen suptilnog i kreativnog strateškog promišljanja u iznalaženju i oblikovanju načina organizacijskog ponašanja. Proces oblikovanja poslovne strategije nije, kako to podcrtava Mintzberg, proces zasnovan na razmišljanju i racionalnom rezoniranju, već proces koji u prvi plan stavlja "osjećaj intimnosti i harmonije sa materijalom u rukama razvijen kroz bogato iskustvo i punu posvećenost", i proces u okviru kojeg se "formuliranje i implementacija strategije sjedinjuje u fluidan proces učenja iz kojeg kreativna strategija nastaje".

1. SWOT MATRICA

Pored top menadžerskog znanja, iskustva i mogućnosti zapažanja, za izgradnju poslovne strategije potrebno je i korištenje određenih strateških alata kao što su SWOT matrica i VRIO okvir. SWOT (TOWS) matrica predstavlja konceptualni okvir za sistemsku analizu. Ova matrica olakšava poređenje između vanjskih prilika i prijetnji sa unutrašnjim snagama i slabostima. Naziv ovog strateškog alata potiče od početnih slova engleskih riječi: strengths (snage); weaknesses (slabosti); opportunities (prilike); threats (opasnosti-prijetnje). Ovaj oblik strateške analize je veoma rasprostranjen jer predstavlja dobar pokazatelj da li je u osnovi biznis organizacije zdrav ili ne. U praksi se, zavisno od organizacije, javljaju različiti pojavnici oblici svake od ovih komponenti. U gornji lijevi ugao matrice stavljaju se snage, a u desni slabosti, dok u donji desni ugao stavljaju prijetnje, a u lijevi prilike.

Na osnovu SWOT matrice mogu se odrediti četiri alternativne strategije:

WT strategija koja je usmjerena ka reduciranju internih slabosti i izbjegavanju prijetnji iz okruženja. Organizacija koja je suočena sa brojnim vanjskim prijetnjama i unutrašnjim slabostima mora se boriti za preživljavanje, spajanje, sužavanje poslovanja ili likvidaciju.

WO strategija akcenat stavlja na prevazilaženje sopstvenih slabosti u cilju iskorištenja vanjskih šansi, odnosno pretvaranje slabosti u snage koje će odgovoriti na prepoznate šanse.

ST strategija koristi snage unutar organizacije da bi se reducirao ili izbjegao uticaj eksternih prijetnji.

SO strategija je najpoželjnija strategija koja koristi snage organizacije da ostvari šanse iz okruženja. Ovoj strategiji teže sve organizacije i osnovni cilj je preći iz ostalih (WT, ST i WO) u ovaj položaj na matrici. Ako postoje prijetnje borit će se s njima da bi se usmjerili na prilike, a postojeće slabosti će nastojati pretvoriti u snagu.

Vrlo bitna dimenzija SWOT matrice je vrednovanje snage, slabosti, prilika i prijetnji što rezultira zaključcima o optimalnom zapošljavanju resursa organizacije u svjetlu interne i eksterne situacije kao i mogućnostima izgradnje buduće baze resursa organizacije.

SWOT matrica, u odnosu na BCG matricu, ima širi opseg i drugačije naglaske. Međutim, prva ne zamjenjuje drugu. SWOT matrica je konceptualni okvir za sistemsku analizu koja olakšava uspoređivanje vanjskih prijetnji i prilika sa unutrašnjim slabostima i snagama organizacije.

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

www.maturskiradovi.net

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