

Proces planiranja u proizvodnim organizacijama Srbije

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 24 | Nivo: FON

UVOD.....	2
PLANIRANJE.....	4
ODLUČIVANJE.....	8
ORGANIZOVANJE.....	11
VOĐENJE.....	14
KONTROLA.....	16

UVOD

Od kraja XIX veka vladala je opšta praksa da se menadžment definiše kao proces koji se sastoji iz četiri osnovne faze (koje se nazivaju još i funkcije). To su: 1. Planiranje, 2. Organizovanje, 3. Vođenje i 4. Kontrola. 2

Slika 1. ilustruje interaktivnu prirodu procesa menadžmenta. Navedeni okvir je predmet razmatranja, ali je još uvek prihvaćen.

KONTROLA Menadžeri proveravaju da li se organizacija kreće ka svojim ciljevima.

Slika 1. Interaktivna priroda procesa menadžmenta Izvor: [3, str. 11.]

3

PLANIRANJE

Planiranje je formalizovana procedura koja rezultira integralnim sistemom odluka kako bi se ostvarila željena budućnost. Pored toga što je planiranje jedna od funkcija procesa menadžmenta, ono je i naučna disciplina koja ima svoju metodologiju, koncepte i kategorijalni sistem. Menadžeri definišu šta je potrebno da se uradi, kada, kako i ko to treba da učini. Menadžer proizvodnje planira način korišćenja kapaciteta, marketing menadžer planira način uvođenja novog proizvoda, kanale distribucije i cenu proizvoda, finansijski menadžer izvore i alokaciju sredstava. Potreba za planiranjem postoji na svim nivoima organizacione strukture, a izraženija je na višim nivoima zbog većeg uticaja na uspeh preduzeća. Planovi se mogu razlikovati po fokusu, formi, stepenu obuhvaćenih detalja, vremenskom horizontu, funkcionalnom području, pristupima. Slika 2. ilustruje hijerarhiju planova u preduzeću. Planiranjem se dobija poželjna slika budućih okolnosti, uzimajući u obzir trenutno raspoloživa sredstva, prošla iskustva i brojne druge faktore. Osnovne aktivnosti procesa planiranja [4, str. 35-36.]: 1. Definisavanje ciljeva, 2. Opis sadašnjeg stanja – utvrđivanje gapa između sadašnjeg stanja i ciljeva kako bi se determinisali resursi i preduzele korektivne akcije, 3. Identifikovanje podsticaja i ograničenja – identifikovanje faktora u internom i eksternom okruženju koji utiču na ostvarivanje ciljeva, 4. Određivanje akcija – potrebno je alocirati vreme, ljude i novac na način koji obezbeđuje ostvarenje različitih ciljeva, 5. Faza ocene i kontrole.

4

CILJEVI

STRATEGIJSKI PLANOVI

OPERATIVNI PLANOVI

JEDNOKRATNI PLANOVI PROGRAMI BUDŽETI PROJEKTI

PERMANENTNI PLANOVI

POLITIKE

STANDARDNI POSTUPCI I METODE

PRAVILA

Slika 2. Hijerarhija planova Izvor: [4, str.42]

Strategijsko planiranje predstavlja sistematski i u određenoj meri formalizovan napor preduzeća da uspostavi osnovnu svrhu poslovanja, ciljeve i strategije i razvije detaljne planove za ostvarenje strategija. Operativni planovi koji preciziraju detalje ostvarenja strategijskih planova. Kod jednokratnih planova menadžer odlučuje unapred koje će se akcije preduzeti u datoj situaciji. Program determiniše glavne akcije da bi se ostvario cilj, ljude koji su za to odgovorni i konkretan redosled faza. Projekat predstavlja

složen poslovni poduhvat koji se izvodi sa ograničenim resursima u određenom periodu vremena.

5

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

www.maturskiradovi.net

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