

Dok se strategijski menadžment bavi kreiranjem strategijske pozicije koja obezbeđuje budući životni vek preduzeće, uspostavljanjem odnosa organizacije i njenog okruženja, operativni menadžment se bavi iskorišćavanjem trenutne strategijske pozicije za ostvarenje operativnih ciljeva organizacije, odnosno usmeren je na pretvaranje inputa u outpute u organizaciji.

Pristupanje planiranju ima za predpostavku postojanje odgovarajućeg cilja. Delatnost menadžera na duži rok i operativno gubi svaki smisao ako nisu jasni ciljevi koje treba ostvariti. Isto tako, bez adekvatnog planiranja aktivnosti koje treba obaviti, radi ostvarenja ciljeva, delatnost menadžera predstavlja skup improvizacija koje mogu, ali malo verovatno, da dovedu do postizanja ciljeva. Polazeći od definicija cilja koji predstavlja očekivano, željeno stanje u kome treba da se nađe poslovni sistem, na primer, po isteku nekog unapred definisanog vremenskog perioda osnovana je predpostavka da do tog cilja postoji više „puteva“ kako bi se početno, zatečeno stanje transformisalo u očekivano željeno stanje.

Stepen detaljisanja u definisanju stanja zavisi od stepena razrade plana. Na osnovu postavke da planiranje treba da omogući prevođenje organizacije iz postojećeg u željeno stanje, proizilazi da treba iz ugla stepena razrade planova ukazati na odgovarajuće odnose, što je okvirno prikazano na slici a).

Dakle, planiranje se može definisati kao izbor jednog od mogućih skupova aktivnosti, za ostvarenje očekivanog željenog stanja.

Slika a) Nivoi planiranja

Operacionalizacija strategije u svakodnevni život organizacije sprovodi se operativnim planovima. Operativni planovi obuhvataju detalje potrebne da se strategija odnosno strategijski planovi inkorporiraju u svakodnevno poslovanje.

Najpopularniji način podele planova organizacije sa stanovišta njihove:

Širine (strategijski i operativni),

Vremenskog okvira – obuhvatnosti (dugoročni i kratkoročni),

Specificiranosti (usmeravajući i specifični), i

Frekvencije korišćenja (jednokratni i trajni - permanentni)

Međutim, strategijom operacija utvrđuje se i pravac dugoročnih promena ključnih kompetentnosti organizacije u skladu sa sveukupnom strategijom organizacije koja predstavlja rezultantu delovanja eksternih (tržišnih i dr.) i internih faktora organizacije. Proizvodna strategija predeća se danas razvila u strategiju operacije koja je širi pojam jer obuhvata sve vrste poslovanja, bilo da nude obe ili usluge, ili mešavine roba i usluga. Strategija operacija u srži se oslanja na tehnološku strategiju preduzeća koja sagledava tehnologiju kao proizvode (robu, usluge).

1. Planovi

Uobičajeno je da se sa stanovišta vremenskog okvira za koje se rade, u teoriji i praksi poslovnog planiranja, prave razlike između dugoročnih, srednjeročnih, kratkoročnih planova.

Kratkoročni planovi se prave da pokriju period do godinu dana a dugoročni planovi obično duži od 5 godina. Dok se srednjeročni planovi rade između jedne i pet godina, a to zavisi od grane i delatnosti kojoj pripada organizaciji.

Operativni planovi mogu biti jednokratni („single use“) i trajni („standing“), što se može videti i na slici b).

1. 1. 1. Jednokratni („single use plans“) planovi su fokusirani na definisanje akcija koje se obavljaju samo jednom ili nekoliko puta u situacijama koje se ne ponavljaju često. Npr. preduzeće koje se rapidno širi planira novi magacin, za šta mu je potreban pojedinačan plan za taj projekat. Iako preduzeće ima nekoliko magacina, novi magacin predstavlja jedinstvene zahteve u pogledu lokacija, troškova konstrukcije, raspoloživosti radne snage, zakonskih ograničenja itd.

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

www.maturskiradovi.net

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