

Ostvarivost

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 38 | Nivo: Visoka poslovna škola strukovnih studija, Leskovac

OSTVARIVOST

Analize mogu pokazati da strategije mogu biti prihvatljive u okvirima finansijskog učinka isto kao i glavnim skupinama moći unutar i izvan organizacije, ali mogu propasti jer nisu ostvarive. Da bi strategije bile ostvarive ne smeju postojati nepremostive prepreke njihovom sprovođenju. Te se prepreke mogu opisati pomoću:

neodgovarajućih resursa

resursa nedovoljnog kvaliteta

neprikladne tehnologije

vremenske neusklađenosti u odnosu na ostale događaje

snage konkurencije.

Ostvarivost i finansijski resursi

Jedan je od očitih resursa koji mora biti na raspolaganju ako želimo sprovesti strategiju, novac kojim finansiramo strategiju. Ako kompanija sprovede strategiju, usmerenu na ostvarenje prihvatljivog finansijskog učinka, do pola, i ostane bez sredstava za njeno dalje sprovođenje, jasno je da će strategija propasti. Preporuka je, stoga, sprovesti analizu toka sredstava svake strateške opcije pre nego se upustimo u bilo koju od njih kako bi se smanjile mogućnosti pojave novčanih problema.

Analiza toka novčanih sredstava identifikuje vremensku usklađenost i veličinu kapitalnih izdataka i drugih troškova potrebnih za svaki projekat koji čini strategiju, kao i vremenske rokove te veličine prihoda koje će ti projekti generisati. Ove tokove prihoda i rashoda treba zatim povezati s projektovanim prilivima i odlivima kapitala u korporaciji kao celini. Namera je identifikovati potencijalne krizne tačke u neto tokovima gotovine znatno pre njihove moguće pojave.

Menadžeri bi, prema tome, za utvrđivanje ostvarivosti svojih strategija, morali izračunati tokove sredstava i tačke pokrića različitih strateških opcija za različite scenarije. To će im pomoći u identifikovanju finansijskih zahteva strategija, vremenske usklađenosti tih zahteva i ključnih uslova potrebnih za izlazak iz početnih situacija negativnih tokova gotovine.

Analiza toka sredstava pokazuje koliko je novca potrebno za sprovođenje neke strateške opcije. Može se dogoditi da je taj novac nemoguće namaknuti iz postojećeg poslovanja kompanije, te će ona, ako želi nastaviti sa sprovođenjem strategije, morati ili tražiti sredstva od svojih deoničara, ili pozajmiti. Međutim, količina novog kapitala koji se može dobiti od deoničara ograničena, a postoje i ograničenja kreditiranja. U jednom će trenutku dalji porast kredita povećati visinu rizika.

ANALIZA POKRIĆA

Životni ciklus proizvoda

Ideja životnog ciklusa proizvoda temelji se na opažanju da većina proizvoda sledi tipičan evolucijski prikaz:

Embrijska faza – faza razvoja proizvoda. Potencijali rasta tržišta mogu biti veliki, al ii vrlo nesigurni; postojaće nekoliko konkurenata, malo barijera ulasku na tržište i tehnologija će možda, takođe biti nova.

Faza rasta – faza u kojoj se ostvaruje brzi rast tržišta, što privlači dodatnu konkurenciju. Konkurenti razvijaju lojalnost potrošača, otežavajući ulaz drugim konkurentima.

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

www.maturskiradovi.net

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