

Sadržaj:

Uvod.....	str. 3
Top menadžment i ispitivanje sredine organizacije.....	str. 4
Ocena postojeće misije ,vizije, cilja i strategije preduzeća....	str. 4
Određivanje internog i eksternog organizacionog okruženja..	str. 5
Razvojni ciljevi organizacije- ključni faktori strategije.....	str. 5
Vizija i misija organizacije.....	str. 6
Formulisanje nove strategijske vizije i poslovne misije.....	str. 6
Utvrđivanje i kategorizacija ciljeva.....	str. 7
Karakteristike ciljeva.....	str. 7
Formulisanje strategije.....	str.8
Nivoi formulisanja strategije.....	str.8
Vrste strategije.....	str.9
Implementacija strategije.....	str.9
Zaključak.....	str.10
Literatura.....	str.11

1. Uvod

Strategija, kao novi koncept, ulazi u ekonomsku teoriju i praksu sredinom prošlog veka. U literaturi dominira čitav niz definicija strategije. Među prvima koji je definisao pojam strategije je Chandler(1962), koji strategiju definiše kao „određivanje dugoročnih ciljeva preduzeća, prihvatanje kursa akcije i alociranje resursa neophodnih da se ti ciljevi ostvare“.

Različiti pristupi strategiji i njeno različito definisanje omogućili su, široku lepezu karakteristika strategije, pri čemu se kao dominantne mogu navesti:

- Strategija je vodič akcije,
- Strategija selektivno naglašava pojedina pitanja,
- Strategija uređuje odnose preduzeća u skladu sa njegovim internim aktivnostima i eksternim okruženjem,
- Strategija vodi jedno preduzeće tokom izvesnog vremenskog perioda.

Dinamika događaja u ekonomskom, političkom, socijalnom i tehničkom ambijentu ističe u prvi plan strategijsko planiranje i strategijsku akciju u situaciji kada se sredina brzo menja.

Sistem strategijskog odlučivanja sadrži sledeće elemente:

- Proces donošenja strategijskih odluka,
- Proces sprovođenja strategijskih odluka,
- Proces kontrole u toku sprovođenja strategijskih odluka i analiza ekonomskih efekata,
- Proces korekcije strategije i usavršavanje modela strategijskog odlučivanja.

Formulisanje strategije kao podproces uključuje i sledeće aktivnosti: ocena postojeće vizije, misije i ciljeva preduzeća, skeniranje internog i eksternog okruženja i određivanje ključnih faktora strategije. Ideja o tome šta treba uraditi tokom implementacije strategije proističe iz konkretne situacije. Jedini faktor koji garantuje uspeh ovog procesa jeste fleksibilni menadžment, koji mora blagovremeno odreagovati u konkretnoj situaciji.

Ključ uspeha leži u sposobnosti menadžera u obavljanju funkcije organizovanja, vođenja i kontrolisanja.

2. Top menadžment i ispitivanje sredine organizacije

Ocena postojeće misije, vizije, cilja i strategije preduzeća

Formulisanje strategije započinje ocenom stvarne pozicije preduzeća. Ocena pozicije preduzeća sprovodi se uz važavanje postojeće misije, vizije, cilja i strategije preduzeća.

Misija predstavlja najviši cilj kome organizacija teži i koji odražava suštinu njenog poslovanja i njenog postojanja. U pitanju je opšti cilj preduzeća, koji odražava fundamentalnu vrednost preduzeća: zašto ono postoji, koji je njegov zadatak, koja tržišta tangira.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)