

Sadržaj rada:

Uvod

2. Menadžment i strategijske odluke

3. Karakteristike strategijskih odluka

4. Informacije za strategijske odluke

5. Donošenje kvalitetnih strategijskih odluka

5.1. Zamke koje treba prebroditi kako bi strategijske odluke bile kvalitetne i kreativne

6. Zaključak

7. Literatura

Uvod

Svedoci smo dinamičnog poslovnog ambijenta u celom svetu i neprestane borbe za opstanak na tržištu. Upravo, strategijsko opredeljenje preduzeća dominantno utiče na kvalitet poslovanja preduzeća u odnosu na njegove konkurente. Menadžeri kompanija treba da budu upoznati sa svim dešavanjima, kako u svom okruženju tako i u samom preduzeću.

„Ne postoji ništa toliko beskorisno kao efikasno raditi nešto što nije uopšte trebalo da se uradi“.

Peter Drucker (1909-2005)

Pored eksternog okruženja, da bi se identifikovale konkurentske prednosti neophodno je imati u vidu vlastito preduzeće, da bi se utvrdili interni faktori koji određuju okvir za iskorišćavanje prilika i izbegavanje pretnji iz okruženja. Funkcionalni nivo strategije je usmeren na unapređenje osnovnih funkcija u preduzeću, a to su: proizvodnja, marketing, upravljanje materijalnim tokovima, istraživačko razvojna funkcija i upravljanje ljudskim resursima.

Važno je istaći da se uspešna strategija postiže, pre svega, kroz izgradnju osnovnih funkcija preduzeća a prvenstveno donošenjem kvalitetnih strategijskih odluka. To znači da se strategija gradi na realnim osnovama, na onome što preduzeće jeste i što bi moglo biti.

2. Menadžment i strategijske odluke

Strategijske odluke imaju za cilj rešavanje problema od strategijskog značaja za preduzeće. Problemi u poslovanju o kojima treba doneti strategijsku odluku spadaju u tzv. nestruktuirane probleme (tj. to su neprogramirane odluke – razrešavaju nove slabo struktuirane probleme).

Odlučivanje (odnosno rešavanje problema) je osnovni zadatak menadžmenta preduzeća. Kvalitet i prihvatljivost odluka utiču na rezultate poslovanja i satisfakciju svih zainteresovanih za sudbinu preduzeća. Aktivnosti u preduzeću na rešavanju problema i korišćenju mogućnosti koje postoje u sredini su osnovni rezultat donetih odluka od kojih neke imaju strategijski, a druge taktički karakter.

Osnovni model odlučivanja sastoji se iz sedam faza:

definisanje problema

prikupljanje relevantnih podataka treba da pomogne da se odrede okviri rešavanja problema

razvoj mogućih alternativnih rešenja

spoznavanje mogućih posledica donošenja odluke

opredelenje za optimalnu – od mnogih solucija i ona je kritična u procesu odlučivanja

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

www.maturskiradovi.net

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