

SADRŽAJ:

Uvod.....	2	1.Osnove balanced scorecard.....	2
scorecard.....	3	2.Pojam misije, vizije i strategije.....	3
2.1.Misija.....	4		
2.2.Vizija.....	5		
2.3.Strategija.....	6	3. Perspektive balanced scorecard.....	6
scorecard.....	6	3.1.Finansijska perspektiva.....	6
perspektiva.....	7	3.2.Perspektiva kupca.....	7
kupca.....	8	3.3.Perspektiva internih procesa.....	8
procesa.....	8	3.4.Perspektiva učenja i rasta.....	8
rasta.....	8	4.Strateška mapa.....	8
mapa.....	10	5. Mere učinka balanced scorecard.....	10
scorecard.....	10	5.1.Mere za finansijsku perspektivu.....	10
perspektivu.....	11	5.2.Mere za perspektivu kupca.....	11
kupca.....	11	5.3.Mere za perspektivu internih procesa.....	11
procesa.....	12	5.4.Mere za perspektivu učenja i razvoja.....	12
razvoja.....	13	5.5.Izbor mera balanced scorecard.....	13
scorecard.....	15	6.Pokazatelji u balanced scorecard.....	15
scorecard.....	15	7.Primena informacionih tehnologija u balanced scorecard.....	15
scorecard.....	15	8.Ključni faktori balanced scorecard.....	16
scorecard.....	16	9.Prednosti i ograničenja balanced scorecard.....	16
scorecard.....	18	9.1.Prednosti balanced scorecard.....	18
scorecard.....	18	9.2.Ograničenja balanced scorecard.....	18
scorecard.....	18		
Zaključak.....	19		
Literatura.....	20		

UVOD

Osnovna uloga menadžera je da upravljaju procesima: planiranja, organizovanja, rukovođenja i kontrolisanja. U realizaciji svakog od ovih procesa menadžeri se neprestano susreću sa različitim problemima koje trebaju da rešavaju. Današnji menadžeri, da bi mogli efikasno da upravljaju bilo kojim procesom, nužno moraju da vladaju određenim alatima, odnosno metodama i tehnikama. Poslednja decenija, koju karakterišu sve veća globalizacija i stepen konkurentnosti, napredne tehnologije, složeni proizvodni procesi i visoki zahtevi kupaca, postavila je sasvim nove uslove poslovanja. U ovakvom promenljivom okruženju preduzeća mogu da opstanu i ostvare dugoročne ciljeve samo pravovremenim definisanjem dobre strategije i njenom uspešnom implementacijom. U prošlosti su menadžeri merili i ocenjivali uspešnost poslovanja samo na osnovu finansijskih merila. Danas kada preduzeća posluju u takozvanom „informacijskom dobu“ koje je sa sobom donelo i nove uslove poslovanja, menadžeri su uvideli da im za praćenje uspešnosti i donošenje kvalitetnih odluka nisu dovoljna samo finansijska merila, već da ih moraju dopuniti i merilima nefinansijske prirode. Kao posledica toga javila se potreba za delotvornijim metodama praćenja tih merila čime bi se stvorili preduslovi za kvalitetnije funkcionisanje preduzeća u budućem periodu. Zbog različitih pogleda na razvoj merenja i ocenjivanja uspešnosti poslovanja preduzeća razvilo se više različitih metoda merenja uspešnosti poslovanja. U današnje vreme najviše se koristi balanced scorecard metoda zbog svoje racionalnosti i rentabilnosti, koji prati optimalan broj ključnih karakteristika čiji je izbor proistekao iz vizije i strategije preduzeća tj. ne gubi se vreme na merenje „svoga što se kreće“ što je karakteristično za neke druge metode. Istraživanja su pokazala da balanced scorecard, u odnosu na druge metode najviše je usmeren ka rezultatima i najbližem korisniku, a pored toga lako se povezuje sa drugim alatima za merenje uspešnosti koji se koriste u preduzećima.

1. UVOD U BALANCED SCORECARDA

Preduzeća se suočavaju s mnogim preprekama kada je u pitanju razvoj sistema merenja uspeha koji bi zaista pratio prave stvari, a koji bi uravnotežio finansijske brojke s pokretačima budućeg učinka, istovremeno usmeravajući energiju nematerijalne imovine i pomažući organizacijama u provođenju strategije.

...

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

www.maturskiradovi.net

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