



Poduzetničke strategije

SoftConsulting  s.p.

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.
Neovisni poslovni savjetnik



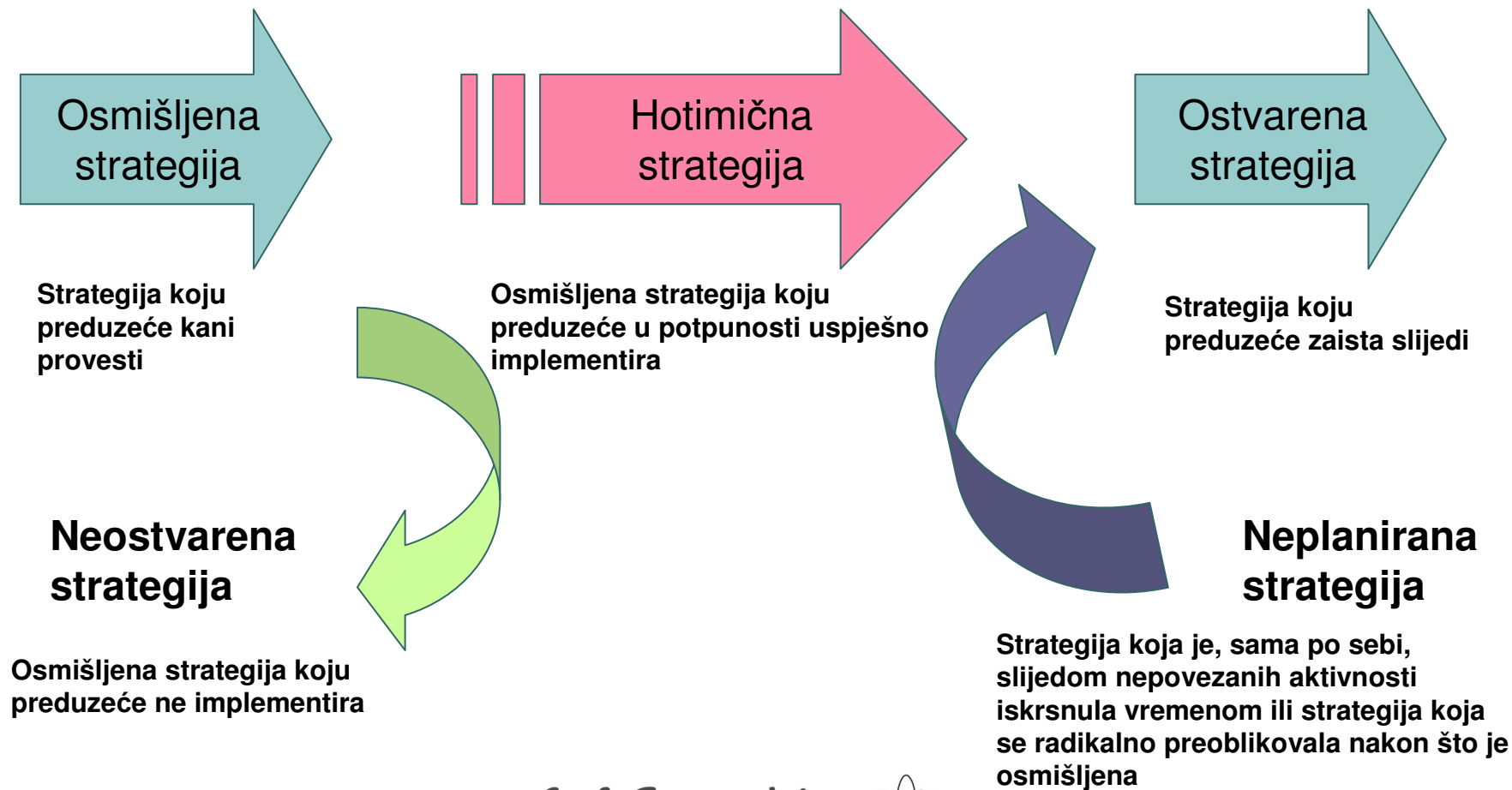


Šta je strategija?

- Akcija koja se poduzima sa namjerom povećavanja vjerovatnosti (poslovnog) uspjeha
- Pravac kretanja - način ostvarenja poslovnih ciljeva:
 - postavljanje CILJA koji je znatno iznad raspoloživih resursa
 - razvijanje specifičnih SPOSOBNOSTI i vještina da bi se taj cilj postigao
 - kreiranje različitih AKTIVNOSTI, na način da ta različitost osigura vrijednost za klijente
- Strategija je sve ono što je vezi sa konkurentskom prednosti



Osmišljena nasuprot ostvarene strategije





Strategija N I J E...

- Total quality management
- Reinženjering
- Organizacijska transformacija
- Outsourcing
- Najbolja praksa
- Benchmarking

Ove tehnike samo povećavaju produktivnost.
Biti produktivan nije isto što i imati strategiju !



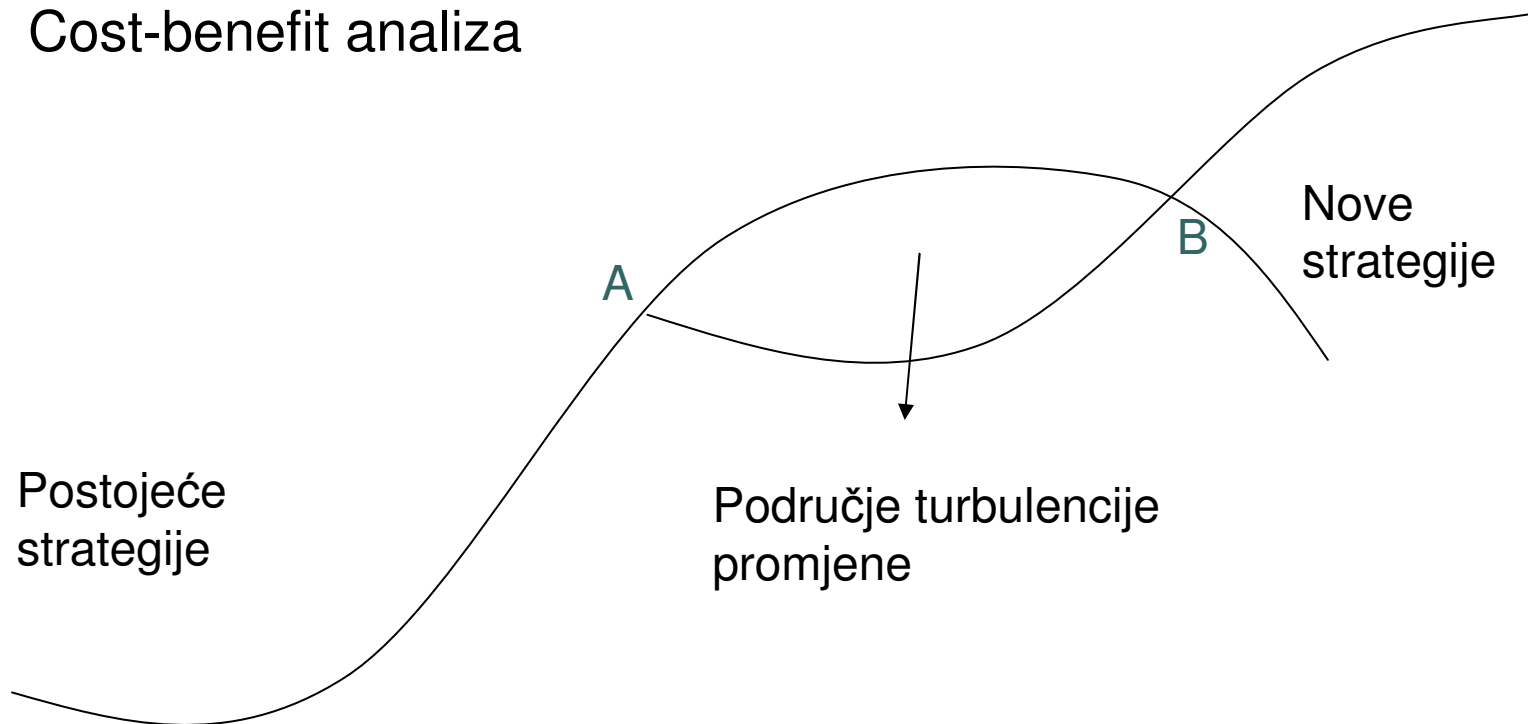
Strategija zahtijeva liderstvo

- Kreiranje strategije ovisi o liderima
- U mnogim organizacijama vođstvo je nazadovalo u potrazi za operativnim poboljšanjem poslovanja
- Uloga lidera mora biti:
 - definiranje strateškog cilja
 - odabir strateškog položaja
 - kreiranje mreže aktivnosti koja stvara dodanu vrijednost



Kada mijenjati strategiju?

- Bolje prije, nego kasnije
- Cost-benefit analiza





Strateško slijepilo

- Ne prepoznavanje signala iz okoline
- Temelji se na:
 - neprovjerenim pretpostavkama - kada procjenjujemo situaciju, a za to nemamo provjerenu informaciju, mišljenja sudionika, rješenja, argumente..
 - mitovima (tradicija) - mogu proizlaziti iz karaktera preduzeća
 - tabuima - nešto o čemu se ne priča
- Zašto dolazi do strateškog slijepila:
 - neraspoloživost relevantnih informacija
 - raspoloživi podaci su nepouzdana ili pogrešno interpretirani



Strategija znači biranje

- Pogreška nebiranja...
 - kada su organizacije neefikasne i posluju daleko od granice produktivnosti, tada ne moraju birati
 - u trci za ostvarenjem operativne djelotvornosti mnogi menadžeri ne shvaćaju činjenicu da je u svijetu konkurentnosti, gdje preživljavaju samo kompanije koje su operativno djelotvorne, neophodno donositi odluke o strateškom odabiru (izboru)



4 strategije donošenja odluka

- **Strategija optimiziranja** - izbor najboljeg mogućeg rješenja za problem, pri čemu se otkriva što veći broj alternativa i bira se najbolja od njih
- **Strategija zadovoljavanja** - odabire se prva zadovoljavajuća alternativa umjesto da se traži najbolja; odlično funkcionira kod manje važnih odluka
- **Maksi-maksi strategija** - znači „maksimiziranje maksimuma“ i fokusira se na odabir alternativa na osnovu maksimalne moguće isplativosti tzv. optimistička strategija
- **Maksi-mini strategija** - znači „maksimiziranje minimuma“ gdje se razmatra najgori mogući ishod svake odluke i bira se odluka sa najvišim minimumom tzv. pesimistična strategija



Zaključak

- “Sudbina nije stvar slučajnosti, već je stvar izbora; to nije nešto što treba čekati, već je nešto što treba postići.”
 - Steve Jobs
- “Uspjeh je loš učitelj. On zavodi pametne ljude tako da misle da ne mogu izgubiti.”
 - Bill Gates



Hvala na suradnji !

o Kontakt:

- lejla.softic@savjetnik.ba
- 061/897-262

