

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Formulisanje korporativne strategije.....	1
3. Korporativna strategija na primeru nestle kompanije.....	2
3.1. Nestle kompanija.....	3
3.2. Razvoj novih brendova.....	3
3.3. Korporativna načela Nestle kompanije.....	4
3.4.1. Inovativni proizvodi i poslovni modeli.....	6
3.4.2. Upravljanje poslovnim portfolijom.....	6
3.4.3. Smanjenje troškova.....	6
3.4.4. Ulaganja kompanije.....	7
4. Zaključak.....	7
5. Literatura.....	8

1. Uvod

Korporativna strategija podrazumeva ideju o tome kako će ljudi, odnosno zaposleni u okviru jedne organizacije saradivati i komunicirati sa ljudima iz drugih organizacija tokom vremena. Bitan zadatak top menadžmenta je da oceni pojedine poslovne jedinice sa aspekta tržišta i unutrašnje organizacione strukture firme, nakon čega se razvija strateški cilj za svaku od njih, radi poboljšanja rezultata te firme. [5]

U pitanju je u stvari strategija utvrđivanja same misije preduzeća, kao skupa organizacionih ciljeva kojima se detaljno opisiuje namena postojanja i željeni pravac kretanja preduzeća. Vezuje se za izbor poslovne orijentacije preduzeća, odnosno izbor načina ulaska sistema u poslovnu delatnost, kao i načina poslovanja u izabranoj poslovnoj delatnosti.

Donosi se od strane top menadžmenta i reprezentuje interese i mogućnosti cele. Na najvišem stratejskom nivou treba odgovoriti na neka pitanja, kao što su: koje poslove treba da obavlja preduzeće? Koji su ciljevi i očekivanja od ovih poslova? Kako treba rasporediti proizvodne resurse na pojedine ciljeve? [1]

Za korporativni nivo strategije karakteristična su dva pristupa, a to su glavna strategija i poslovni portfolio. [3]

Glavna strategija predstavlja opšti okvir akcija koje se razvijaju na nivou preduzeća i primenjuje se najčešće kada preduzeće konkuriše na pojedinačnom tržištu ili na nekoliko povezanih tržišta. Može se razlikovati stabilna strategija, degresivna strategija i strategija rasta.

Poslovni portfolio karakterističan je za preduzeće koje ima mnogo različitih poslova iako oni često nisu međusobno povezani. On koordinira tok resursa uz podelu rizika među stratejskim poslovnim celinama. Potrebno je osigurati relativno trajan opstanak i razvoj svake od tih celina, kao i sistem u celini. Razlikuju se četiri tipa poslovnog portfolia, a to su jednostavni portfolio, diferencirani, portfolio konkurentskih prednosti i stratejski domino. [6]

Bez definisanja adekvatne korporativne strategije, nijedno preduzeće ne može da opstane u uslovima dinamične konkurencije, niti da ostvari pozitivne poslovne rezultate. Takođe, veoma je bitno da zaposleni dobro poznaju korporativnu strategiju preduzeća u okviru kojeg posluju kako bi sve svoje sposobnosti, znanja i veštine usmerili ka ostvarivanju ciljeva tog preduzeća.

Nakon kratkog upoznavanja sa pojmom i značajem korporativne strategije, u narednom tekstu će detaljnije biti analizirana korporativna strategija, odnosno na primeru Nestle kompanije ćemo sagledati koja je njena korporativna strategija, zašto je značajna, i na koji način je kompanija realizuje.

2. Formulisanje korporativne strategije