

PRAKTIČNA OBUKA 2 (HOTELIJERSTVO)

• II

- Strateško planiranje i postavljanje dugoročnih ciljeva (ekonomski, socijalni, etički, ciljevi kvalitete);
- mogućnosti razvoja firme;

Jelena Vujošević
Mart ,2020

-
- ✘ Slijedeći neke vrlo specifične korake, ali ipak jednostavne za implementaciju, organizacije bilo koje veličine mogu razviti strateške planove koji su fokusirani i daju smjernice zaposlenima. Učinkoviti planovi pažljivo će procijeniti poslovno okruženje, uskladiti se s misijom organizacije, nabrojati snage i slabosti organizacije i uključiti mjerljive ciljeve za mjerenje njenog uspjeha.

KOJI SU TO KORACI USPJEŠNOG PLANIRANJA?

1. Situaciona analiza
2. SWOT analiza
3. Razvoj ciljeva i zadataka
4. Razvoj strategija i taktika
5. Primjena plana

1. SITUACIONA ANALIZA

- ✘ Analiza stanja prvi je korak u strateškom planiranju. To uključuje prikupljanje informacija, interno i eksterno, radi pružanja uvida u pitanja vezana za zaposlene, kupce (goste), konkurenciju i ukupnu turističku privredu zemlje. Temeljna analiza stanja osiguraće da se odluke donijete tokom procesa strateškog planiranja zasnivaju na činjenicama i podacima, a ne samo na mišljenjima i hirovima onih koji su uključeni u proces planiranja.

2.SWOT ANALIZA

- ✘ Informacije prikupljene tokom analize situacije koriste se kao važan doprinos SWOT analizi, koja predstavlja razmatranje snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji koje utiču na organizaciju. SWOT analiza je u osnovi sesija brainstorminga u kojoj će tim za planiranje stvoriti listu za svaku od ovih stavki, a zatim dati prednost tom spisku kako bi identifikovao glavne stavke u svakoj kategoriji. Oni će tada postati fokus za razvoj ciljeva, zadataka, strategija i taktike.

3. RAZVOJ CILJEVA I ZADATAKA

- ✘ Ciljevi ukazuju na široki pravac u kojem kompanija želi krenuti, dok zadaci omogućavaju dalje razjašnjenje ciljeva, tako da svi koji su uključeni u sprovođenje plana tačno znaju kako izgleda uspeh. Na primer, cilj bi mogao biti „širenje na tržište mladih“, a povezani zadatak može biti „povećanje tržišnog udjela u starosnoj grupi od 18 do 25 godina za 25 odsto do kraja sledeće godine“.

4. RAZVOJ STRATEGIJA I TAKTIKA

- ✘ Ciljevi i zadaci pokazuju gde kompanija želi da ide; strategije i taktike su osmišljene da pokažu **kako** će do tamo doći. Strategije su široke izjave koje se odnose na SWOT analizu i ukazuju na to kako će kompanija ili iskoristiti svoje snage i mogućnosti ili prevladati svoje slabosti i pretnje.
- ✘ Taktike su posebni koraci koje će preduzeće preduzeti.

5. PRIMJENA PLANA

- ✘ Iako je razvoj plana važan, stvarna primjena plana daje rezultate. Izvršenje plana zahtijeva da se izvrše određeni zadaci i da se ljudi nose sa odgovornošću za postizanje željenih rezultata.
- ✘ Komunikacija je kritična (ključna) tokom ovog procesa kako bi se osiguralo da zaposleni znaju šta se od njih očekuje i da dobiju povratne informacije o rezultatima svojih napora.

DOMAĆI ZADATAK

- ✘ Naša imaginarna firma “Student”, kupila je palatu Vrakjen u starom gradu Kotoru. Naša firma potpuno je nova na crnogorskom tržištu. Ideja nam je da od nje napravimo istorijski hotel. Želimo da to bude najbolji istorijski hotel u Kotoru, a da boravak u njemu bude doživljaj koji se vječito pamti. Pošto se radi o napuštenoj palati, u njoj nema zaposlenih koje nasljeđujemo kupovinom palate.
- ✘ Većina starinskog namještaja je odnijeta iz palate, ali postoje slike i zapisi o raskoši palate iz prošlosti.

VAŠ ZADATAK KAO ČLANOVA TOP MENADŽMENTA FIRME JE DA :

- ✘ Ukažete na čemu treba da se bazira situaciona analiza palate Vrakjen;
- ✘ Sačinite liste za sva 4 elementa SWOT analize;
- ✘ Postavite glavne ciljeve i zadatke koji će vam služiti da ih postignete;
- ✘ Kako ćete postići zacrtane ciljeve? Za koje strategije i taktike se opredjeljujete?

✘ Urađen domaći zadatak poslati putem maila na jelena.vuj@ucg.ac.me najkasnije do ponedjeljka 30.03.2020.g. do 10:00h.

✘ Budite kreativni! Srećno! 😊