

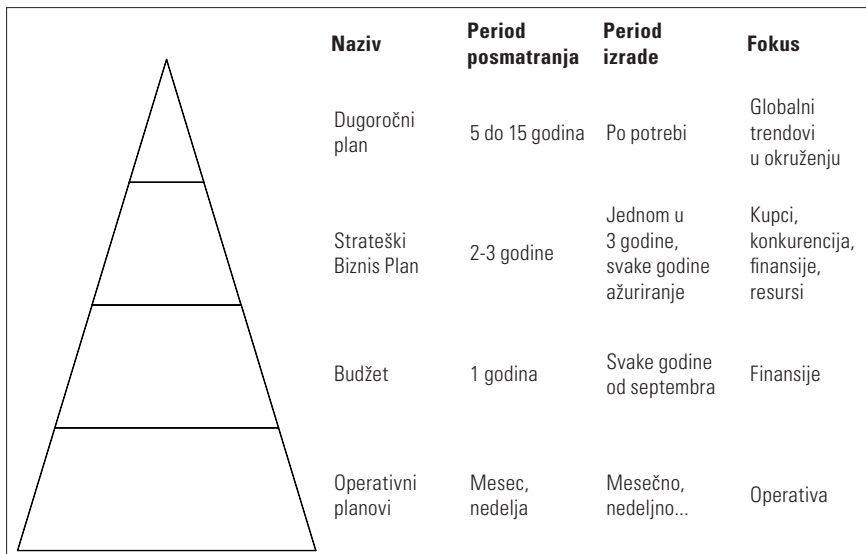
# 1. UVOD

Od 2000. godine rapidno se odvijaju strukturne promene i globalizacija. Uspešno korporativno upravljanje u ovim promenljivim i konkurentnim uslovima zahteva od menadžmenta:

- razvoj i prilagođavanje kompanije, poslovnih segmenata i funkcionalnih strategija,
- brzu i doslednu implementaciju strategija u strateške biznis planove i
- visok stepen fleksibilnosti i prilagodljivosti promenama u poslovnom okruženju.

Razvoj, prilagođavanje i implementacija strateških biznis planova (SBP) zahteva konstantno ponavljanje procesa koji iziskuje potpuno angažovanje menadžmenta i controllera. SBP treba da opiše kompanijske ciljeve i da odredi pravac za dostizanje uspeha tokom nekoliko godina. On je kao mapa osmišljena za budućnost kompanije i stoga je potrebno da se redovno ažurira.

Kompanije imaju sledeću hijerarhiju planova:



Slika 1: Piramida planova u kompaniji

Osnovni elementi SBP su:

- analiza trenutne situacije
- vizija o budućem razvoju
- formulacija ciljeva i akcioni plan
- planiranje resursa (CAPEX, ljudi, finansije)
- povezivanje plana sa individualnim sistemom nagrađivanja.

Biznis planovi su interni instrumenti za planiranje koji ispunjavaju zahteve menadžmenta za informacijama. Oni pružaju važne informacije za nadzorni odbor, kao i za odabrane eksterne poslovne partnere (investitori, banke) o kompaniji i budućem razvoju, u sažetom obliku i sa različitim stepenom detaljnosti.

## 2. RAZLOZI ZA SBP

SBP obično predstavlja srednjoročni plan za razvoj poslovanja (2–3 godine). Pored toga, postoje i drugi razlozi za izradu SBP, kao što su:

- spajanje kompanija
- kupovina ili prodaja kompanija
- prodaja divizija kompanije
- osnivanje novih kompanija
- razvoj novih poslovnih segmenata
- reorganizacija kompanije ili traženje investitora

Svi ovi SBP se često skraćeno zovu i *Biznis plan*. Ovi planovi imaju različit sadržaj i ciljeve. Naredne stranice daju opšte smernice za izradu srednjoročnog SBP.