



---

# STRATEGIJSKO UPRAVLJANJE U HOTELIJERSTVU

---

Godina: III  
Semestar: letnji  
Časova nedeljno: 5+2  
ESPБ: 7



Beograd

**Profesor:**  
**dr Marija Najdić**



## 9. Vrste strategija

# Vrste strategija

- Svaka organizacija posluje kako bi stvorila vrednost za svoje interesne strane (stejkholdere).
- Stvaranje konkurentske prednosti kroz kreiranje dodatne vrednosti, a potom i njeno održavanje tokom određenog vremena, zahteva formalni pristup u pogledu formulisanja i primene strategije.
- **Povezivanje između tri nivoa strategije vodi stvaranju održive konkurentske prednosti.**



# Tri nivoa strategija

---

1. Na **korporativnom nivou** se postavlja pitanje o poslu kojim se organizacija bavi ili u kom poslu bi želela da bude; potencijalu organizacije da stvori vrednost ili da proširi novu liniju poslovanja; o resursima i mogućnostima koje organizacija već ima i treba da ih održi ili stvori prednost na tržištu;
  2. Na **poslovnom nivou** (konurentskom) organizacije se pitaju o sledećem: Kako možemo stvoriti konkurentsku prednost u našem proizvodnom domenu tržišta u svakoj strateškoj poslovnoj jedinici (SBU)?
  3. Na **funktionalnom nivou**, cilj kompanije je da održi svoju prednost fokusiranjem na efikasnost u vezi sa: proizvodnjom, administracijom, marketingom i ostalim pomoćnim aktivnostima. Takođe se uključuje u inovacije koje podržavaju razvoj novih proizvoda/usluga, garantovani kvalitet usluge i proizvoda, kao i zadovoljstvo potrošača.
-



## Poslovne (konkurentske) strategije

### Miles & Snow adaptivne strategije

- istraživači
- branioci
- analitičari
- reaktori

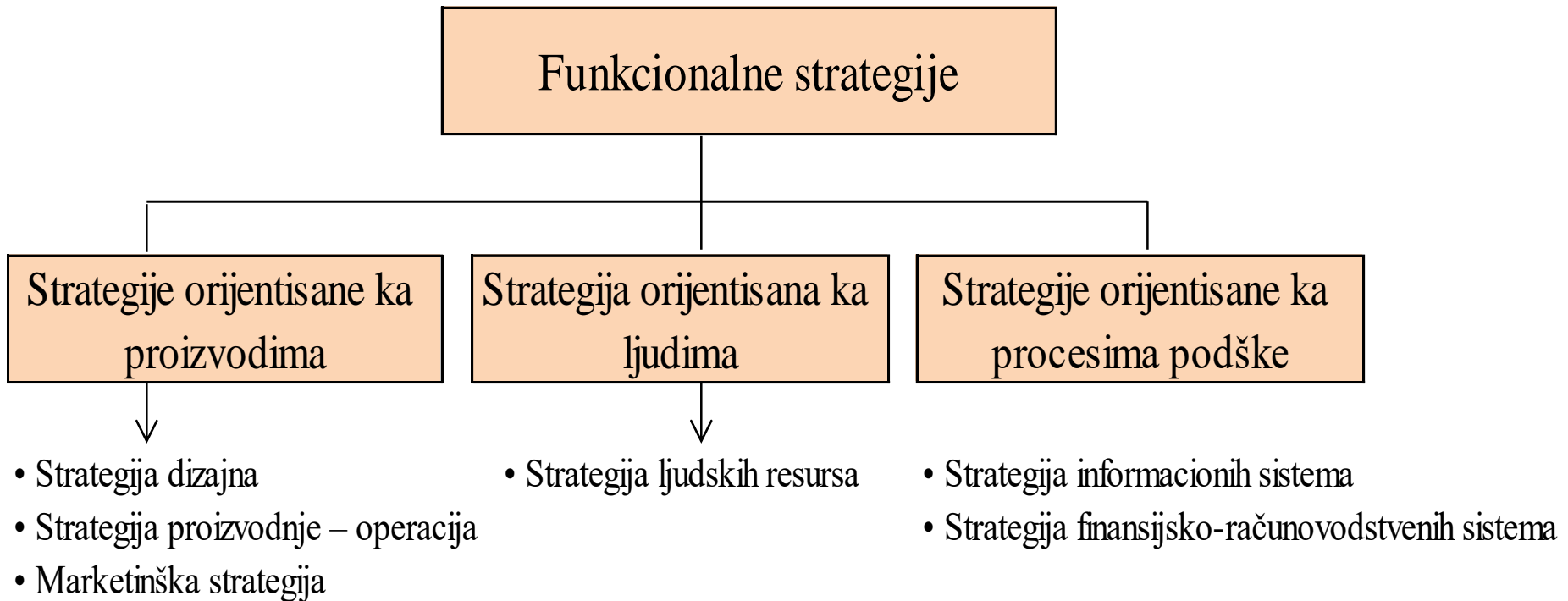
### Porter generičke strategije

- strategija vođstva u troškovima
- strategija diferencijacije
- strategija fokusiranja

### Minzberg generičke strategije

- strategija cena
- strategija marketing imidž
- strategija dizajn proizvoda
- strategija kvalitet proizvoda
- strategija podrške proizvoda

### Ostale



- Međusobno *koordinisanje* različitih funkcionalnih oblasti je jedan od ključnih elemenata strategijskog upravljanja, zatim i *usklađivanje* sva tri nivoa međusobno (funkcionalnog, poslovnog i korporativnog).



- Obezbeđivanje da sve oblasti i nivoi organizacije rade na postizanju vizije, misije i ciljeva organizacije.



- Strategijski izbori koji se donose na korporativnom nivou (nivo organizacije) i na konkurentskom nivou (nivo poslovnih jedinica), podležu uticaju funkcionalnih strategija koje se primenjuju.



- Zbog toga je važno da resursi, sposobnosti i ključne kompetencije budu što je moguće više razvijene i iskorišćene.