

Sveučilište u Splitu

**FAKULTET
GRAĐEVINARSTVA,
ARHITEKTURE I GEODEZIJE**



MANAGEMENT U GRAĐEVINARSTVU

1. SUVREMENA TVRTKA

Struktura izlaganja:

- 1. Uvod**
- 2. Suvremena tvrtka**
- 3. Zaključak**
- 4. Pitanja i odgovori za ponavljanje naučenog**

1. Uvod

- radovi o menadžmentu u građevinarstvu uglavnom se odnose se na građevinsku tvrtku - građenje u užem smislu
- specifičnosti građevinske proizvodnje - lokalna vezanost objekata, pojedinačni karakter proizvodnje, velika nedjeljivost objekata – proizvoda, rad na otvorenom prostoru i veliki utjecaj klimatskih utjecaja i sl.
- u građevinarstvu je projektiranje po pravilu vremenski, prostorno i organizacijski odvojeno od građenja, jer to su dvije odvojene faze u procesu realizacije građevinskih objekata
- vrijeme realizacije - dolazi do uskog povezivanja projektiranja i građenja

2. Suvremena tvrtka

- kada su vlasništvo i upravljanje razdvojeni, tada tvrtka teži da ostvari zadovoljavajući, a ne maksimalni profit
- pretpostavka maksimalnog profita zamijenjena je tezom o maksimalnom prihodu od prodaje \approx teza zadovoljavajućeg profita
- npr. ako je tvrtka suočena sa rastom troškova ona će to pokušati neutralizirati povećanjem cijene ili putem smanjenja troškova koje tvrtka može kontrolirati
- u svakom poslu postoji strategija - bit poslovne strategije je da se stvari aranžiraju tako da se ima kontrola situacije
- vizija, ciljevi i strategija su međusobno povezani
- vizija posla je njegova dugoročna ambicija

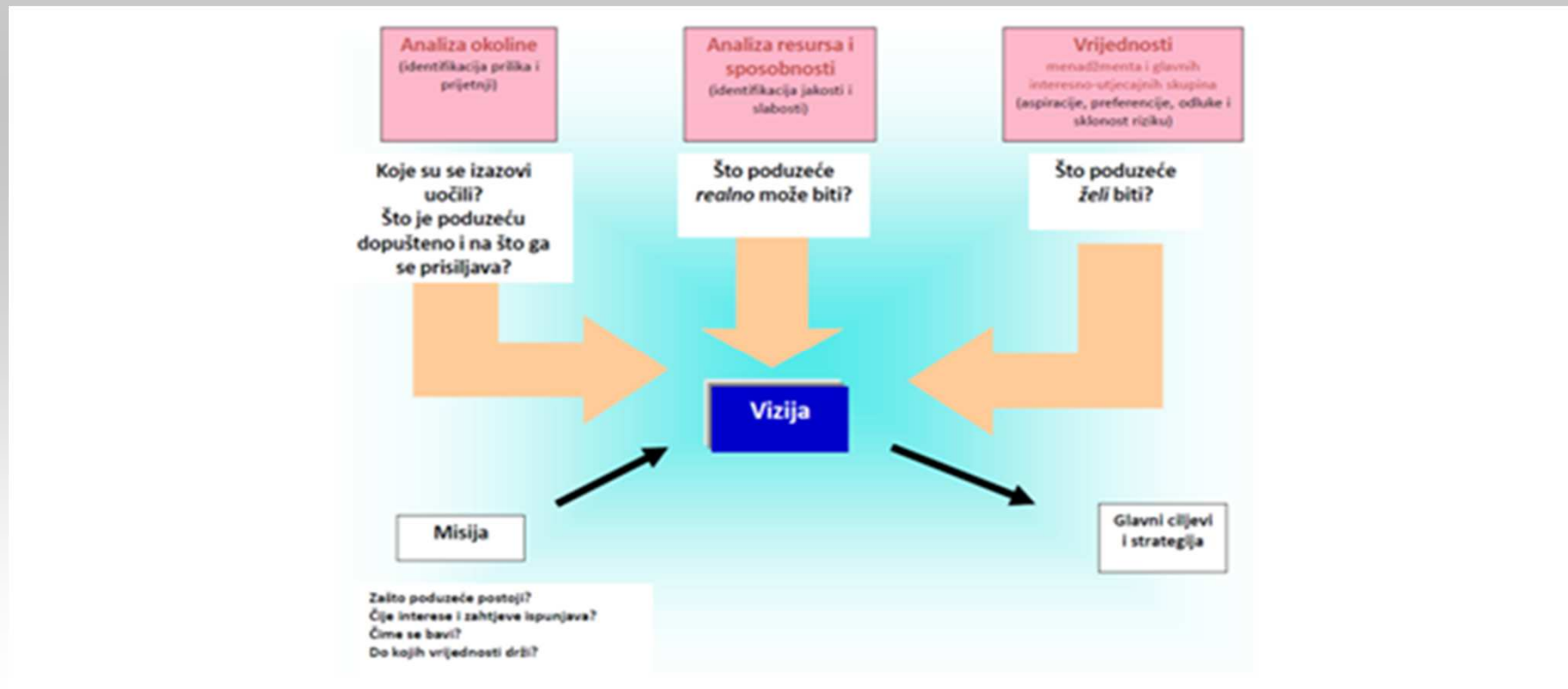
2. Suvremena tvrtka

Stvaranje vizije....



2. Suvremena tvrtka

- ciljevi se postavljaju tako da se može mjeriti stupanj njihovog ostvarivanja tijekom vremena od strane svih zainteresiranih čimbenika
- međusobna povezanost ciljeva, strategije i vizije



2. Suvremena tvrtka

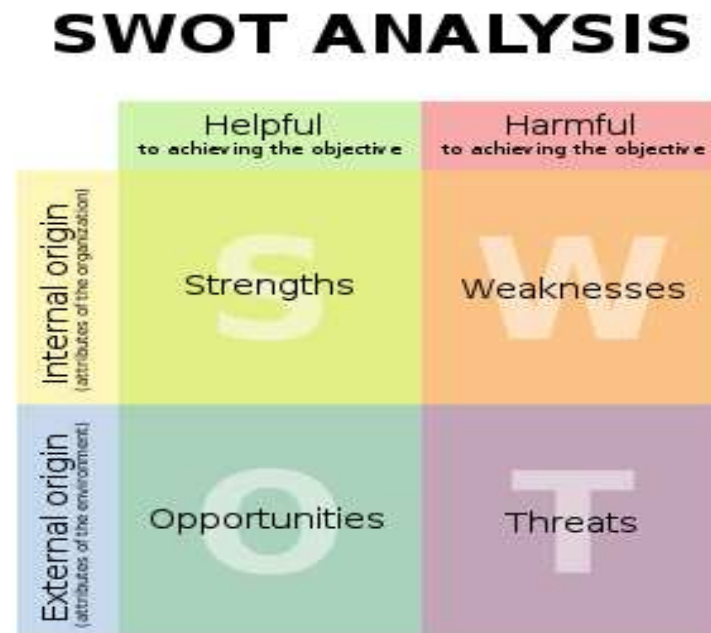
- prema P. Drakeru strateško planiranje treba dati odgovor na tri pitanja:
 - Što je naš predmet poslovanja?
 - Što će biti u budućnosti?
 - Što treba biti?
- prema teoriji definiranje poslova tvrtke treba odgovoriti na tri pitanja:
 - Koga treba zadovoljiti?
 - Što treba zadovoljiti?
 - Kako te potrebe zadovoljiti?

2. Suvremena tvrtka

- sedam je koraka bitno za određivanje strategije menadžmenta tvrtke i to:
 - pregled bazične vizije poslova
 - određivanje specifičnih ciljeva
 - analiza snage, slabosti, izgleda-mogućnosti i opasnosti
 - identifikacija strateških opcija
 - odluka o strategiji i planu
 - implementacija strateškog plana
 - procjenjivanje tijekom vremena napredovanja ostvarivanju plana i kontrola

2. Suvremena tvrtka

- radi boljeg određivanja ciljeva tvrtke korisno je izvršiti internu analizu snage i slabosti tvrtke, a u cilju otkrivanja postojećih šansi-izgleda za napredovanje i širenje te vjerojatnih prijetnji – SWOT analiza
- subjektivna metoda



2. Suvremena tvrtka

- primarni cilj strategije tvrtke je osiguranje trajne prednosti na tržištu u odnosu na konkurenciju
- prema Porteru postoje tri glavna pravca da bi se isto postiglo: troškovno vodstvo-najniža cijena troškova, diferencijacija proizvoda za istu namjenu, usmjeravanje na posebni segment tržišta
- područje upostave glavnih ciljeva tvrtke



3. Zaključak

Građenje i projektiranje su dvije odvojene faze u procesu realizacije, a vrijeme realizacije ih povezuje.

Kada su vlasništvo i upravljanje tvrtkom razdvojeni tada se teži ostvarivanju zadovoljavajućeg profita koji je komplementaran sa maksimalnim prihodom od prodaje.

Vizija, ciljevi i strategija su međusobno usko povezani.

SWOT analiza - prikaz unutrašnjih snaga i slabosti organizacije i vanjskih prilika i prijetnji s kojima se ta ista organizacija suočava.

4. Pitanja i odgovori za ponavljanje naučenog

1. SWOT analiza ?

SWOT analiza - prikaz unutrašnjih snaga i slabosti organizacije i vanjskih prilika i prijetnji s kojima se ta ista organizacija suočava.

2. Koja su tri glavna pravca prema Porteru da bi se postigla prednost na tržištu u odnosu na konkurenciju?

Troškovno vodstvo-najniža cijena troškova, diferencijacija proizvoda za istu namjenu, usmjeravanje na posebni segment tržišta.

3. Definiraj: strategiju, cilj i viziju.

Strategija - bit poslovne strategije je da se stvari aranžiraju tako da se ima kontrola situacije.

Vizija posla je njegova dugoročna ambicija.

Ciljevi se postavljaju tako da se može mjeriti stupanj njihovog ostvarivanja tijekom vremena od strane svih zainteresiranih čimbenika.

Sveučilište u Splitu

**FAKULTET
GRAĐEVINARSTVA,
ARHITEKTURE I GEODEZIJE**



Hvala na pažnji !