

Predgovor

Četrnaesto izdanje drugačijeg je izgleda i štih. Već sam naslov – *Strateški menadžment: U potrazi za konkurentskom prednošću* – deskriptivniji je te jasnije izražava glavni pravac osnovnih predavanja iz poslovne i konkurentске strategije. Novo lice ovog izdanja uključuje preinačen raspored poglavlja, moderniziranu prezentaciju teksta, jedno posve novo i vrlo aktualno poglavlje: *Strategija, etika i društvena odgovornost*. Neke teme pokriva više, neke manje od 13. izdanja. Ipak, osnovne karakteristike koje su godinama bile zaslužne za uspješnost teksta, ostale su gotovo netaknute. Osnovni pojmovi i analitički alati solidno su obrađeni, idu ukorak s teorijom i praksom, a potkrijepljeni su najboljim primjerima do kojih smo mogli doći. Kao što je to običaj svih naših novih izdanja, i u ovome se nalazi niz najboljih i najsuvremenijih raspoloživih slučajeva iz prakse. Također, pripremili smo paket dodatnih materijala za rad na nastavi koji omogućuje maksimalnu fleksibilnost u prilagođavanju predavanja posebnim potrebama i preferencijama.

TEKST I KVALITETA SADRŽAJA

Da bi se neki strateški tekst na višoj/MBA razini kvalificirao kao kvalitetan, on mora, po našem mišljenju:

- Objasniti temeljne koncepte, potkrijepiti ih relevantnim primjerima i primjenama u stvarnim poduzećima.
- Predstaviti razumljiva objašnjenja bitnih analitičkih alata, način njihove uporabe te njihovo mjesto u menadžerskom procesu izrade i provedbe strategije.
- Biti ažuran i sveobuhvatan, solidno izvještavati o bitnim promjenama na konkurentskim tržištima i u strategijama pritisnutim globalizacijom i tehnologijom interneta.
- Fokusirati se na ono što svaki student treba znati o izradi, implementaciji i provedbi poslovnih strategija u današnjemu tržišnom okruženju.
- Sadržati nove slučajeve s dodanom vrijednošću koji obuhvaćaju zanimljive proizvode i poduzeća, prikazuju važne strateške izazove s kojima se suočavaju menadžeri, pružaju vrijedne pouke i bude interes među studentima.

Vjerujemo da četrnaesto izdanje udovoljava svim ovim kriterijima. Rasprave u poglavljima zadiru izravno u bit onoga što studenti uistinu trebaju znati – unatoč dodatnim 33 stranice novoga poglavlja, ovo izdanje ima 50 stranica manje od prošlog izdanja, a broj poglavlja ostao je isti. Međutim, naša objašnjenja temeljnih koncepata i analitičkih alata dovoljno su opširna da bi bila razumljiva i uporabljiva. Površna objašnjenja daju oskudno znanje, a gotovo da i nemaju pedagoške vrijednosti. Odabrali smo aktualne primjere na koje se studenti mogu lako pozvati. Trudili smo se inkorporirati sva vrhunska istraživanja koja odgovaraju početnome stupnju predavanja iz strategije. Doista smo bili sretne ruke u prikupljanju uistinu krasnoga niza zanimljivih, važnih i izazovnih slučajeva za pripremu vrijednih lekcija o tome zašto i kako uspješno izraditi i provoditi strategiju.