

Imajući u vidu neosporni značaj koji imaju istraživanja upravljanja razvojem, savremena teorija nastoji da preduzeće posmatra kao skup različitih strateških poslovnih područja koja nude različite mogućnosti razvoja preduzeća. Iz tih istraživačkih poduhvata radi pronalaženja savremenih pristupa definisane su dvije osnovne strategije koje ukazuju na moguće pravce i načine strateškog razvoja preduzeća, portfolio strategije i kompetitivna strategija. Osnovna karakteristika portfolio strategije jeste u tome što ona vrši izbor područja poslovnih aktivnosti kojim preduzeće ima namjere da se bavi u budućnosti za razliku od kompetitivne strategije koja ima zadatak da iznađe puteve ili postupke koji će preduzeće koristiti za poslovanje u određenom području poslovnih aktivnosti. Kraće rečeno, portfolio strategija daje odgovor kojim će se aktivnostima preduzeće baviti, a kompetitivna kako će poslovati u ovim područjima.

Postupak definisanja portfolio strategije preduzeća svodi se na određivanje skupa karakterističnih područja poslovnih aktivnosti. Pri tom, svako od njih nudi različite uslove razvoja a rezultat toga su različiti nivoi profitabilnosti. Da bi se pristupilo formiranju portfolio strategije mora se izvršiti prethodno odrediti područje poslovnih aktivnosti, kao i način međusobnog povezivanja tih poslovnih aktivnosti.

Drugim riječima portfolio strategija je nastala kombinovanjem značaja tržišta i proizvoda kao primarnih izvora rasta preduzeća. Da bi preduzeće uvećalo svoj profit, mora da investira u razvoj proizvoda i razvoj tržišta. Time ono obezbjeđuje povećanje proizvodnje, obim prodaje i povećava svoj uticaj na tržištu. Ova povećanja obezbjeđuju niže troškove i veći profit po jedinici proizvoda. U teoriji i praksi se obično navode i koriste: portfolio koncept (menadžment), PIMS program, metod scenarija, cost-benefit analiza, analiza jaza (gepa), kriva iskustva, SWOT ili TOWS matrica, finansije za strategijski menadžment, koncept životnog ciklusa organizacije, različiti softverski paketi koji sadrže metode i tehnike strategijskog planiranja i menadžmenta, i sl.

Ovaj rad analizira većinu navedenih alata u cilju ukazivanja njihovog neospornog značaja za svako ozbiljno ekonomsko istraživanje i praktične primjene.