

S A D R Ź A J

1. UVOD.....	1
2. POJAM PREDUZETNIŠTVA.....	5
2.1. Preduzetništvo kao osnov društvenog napretka.....	5
2.2. Polje preduzetničkog biznisa.....	7
2.3. Ideja preduzetništva.....	8
2.4. Životni ciklusi preduzetništva.....	14
2.5. Menadžment u preduzetništvu- opšta operedeljenja.....	15
2.6. Zadaci menadžera.....	17
2.7. Odnos preduzetništva i menadžmenta.....	19
3. ODLIKE VRHUNSKIH PREDUZETNIKA.....	23
3.1. Modeli ponašanja.....	23
3.2. Lična organizovanost.....	48
3.3. Način života.....	54
3.3.1. Značaj životnog cilja.....	54
3.3.2. Kontrola emocija.....	54
3.3.3. Mudro raspolaganje sa vremenom.....	55
3.3.4. Mentalne vežbe i aktivnosti.....	56
3.3.5. Odnos prema problemima.....	57
3.3.6. Premor.....	60
3.3.7. Usklađivanje prema bioritmu.....	62
3.3.8. Stres i njegove posledice.....	63
3.4. Usavršavanje i saznanji uspon.....	70
3.4.1. Značaj usavršavanja.....	70
3.4.2. Zastarela i savremena znanja.....	71
3.4.3. Načini sticanja preduzetničkih znanja.....	72
3.5. Korišćenje tuđih znanja.....	76
3.6. Preduzetnička znanja i mudrosti.....	79
3.7. Odnos prema greškama.....	88
3.8. Saveti za postizanje uspeha.....	92

4. PREDUZETNIČKI MENADŽMENT.....	105
4.1. Upravljanje promenama.....	106
4.2. Uvažavanje proporcija.....	108
4.3. Upravljanje vremenom.....	110
4.4. Modni menadžment.....	119
4.4.1. Nužnost savremenog poslovanja.....	119
4.4.2. Pojam mode.....	122
4.4.3. Praćenje mode.....	127
4.4.4. Planirano zastarevanje modnih proizvoda.....	129
4.4.5. Izvori i pravci modnih širenja.....	129
4.4.6. Modni ciklusi.....	131
4.5. Umetnost komuniciranja.....	135
4.6. Odnos prema konkurentima.....	145
4.7. Kadrovski menadžment.....	154
4.7.1. Nužnost dobrog personala.....	155
4.7.2. Odlike nameštenika i preduzetnika.....	156
4.7.3. Planiranje osoblja.....	166
4.7.4. Obuka osoblja.....	167
4.7.5. Stimulisanje osoblja.....	168
4.7.6. Umeće upravljanja.....	176
5. DETERMINANTE USPEHA.....	183
5.1. Jačanje volje i razvoj preduzetničkih potencijala.....	183
5.1.1. Autosugestija.....	184
5.1.2. Kontrola straha.....	186
5.1.3. Psihološko prilagođavanje.....	190
5.1.4. Stimulatori napretka.....	194
5.1.5. Rešavanje unutrašnjih konflikata.....	195
5.1.6. Proaktivan i reaktivan stav.....	197
5.1.7. Donošenje odluke.....	200
5.2. Vizija, misija, ciljevi i strategija preduzetništva.....	202
5.2.1. Vizija preduzetnika.....	204
5.2.2. Misija preduzetnika.....	209
5.2.3. Ciljevi.....	211
5.2.4. Strategija.....	215
5.2.5. Taktika.....	216
5.3. Kreativno razmišljanje.....	217
5.4. Odnos prema novcu i materijalnim vrednostima.....	222
5.5. Etika biznisa.....	226
6. SVOJINSKI OBLICI ORGANIZOVANJA.....	233
6.1. Inokosna firma.....	234
6.2. Ortačka organizacija.....	236

6.3. Korporacija.....	243
7. TRŽIŠTE- AMBIJENT PREDUZETNIŠTVA.....	245
7.1. Klasifikacija tržišta.....	247
7.2. Ciljno tržište.....	249
7.3. Tržišna potražnja.....	250
7.4. Tržišne elastičnosti.....	251
8. ULAZAK U POSAO.....	255
8.1. Nove ideje i njihova provera.....	256
8.2. Opredeljenje.....	260
8.3. Izbor prosperitetnog biznisa.....	262
8.4. Pokretanje novog i preuzimanje starog biznisa.....	270
9. STRATEGIJSKO UPRAVLJANJE.....	273
9.1. Upravljanje pomoću ciljeva.....	273
9.1.1. Klasifikacija ciljeva.....	276
9.1.2. Definisanje ciljeva.....	277
9.2. Faze strategijskog upravljanja.....	278
9.2.1. Strategijsko planiranje.....	279
9.2.2. Strateške analize - SWOT analiza.....	279
9.2.3. Definisanje opcionih strategija - menadžment strategije.....	281
9.2.3.1. Razvojne strategije.....	282
9.2.3.2. Marketing strategije.....	287
9.2.3.3. Finansijske strategije.....	298
9.2.4. Evaluacija (proveravanje) strategija.....	301
9.2.5. Kreacija strateškog nastupa.....	301
9.2.6. Kombinovanje (miksiranje) strategija.....	303
9.3. Proces implementacije strateških odluka.....	304
9.4. Ocena i procena biznis strategije.....	306
9.5. Kontrola i revizija biznis strategije.....	307
10. BIZNIS PLAN.....	309
10.1. Strateško i operativno planiranje.....	309
10.2. Strateški biznis plan.....	311
10.2.1. Polazne osnove strateškog biznis plana.....	314
10.2.2. Menadžment plan.....	315
10.2.3. Marketing plan.....	316
10.2.4. Finansijski plan.....	318
10.3. Izvodljivost biznis plana.....	333
10.4. Kontrola biznis plana.....	335
10.5. Revizija biznis plana.....	338
10.6. Vizuelizacija biznis plana.....	340

11. BIZNIS KOD KUĆE ILI U STANU.....	341
12. INFORMISANJE U PREDUZETNIČKOM BIZNISU.....	347
12.1. Sistem informisanja.....	348
12.1.1. Informacije iz okruženja.....	348
12.1.2. Informacije o dobavljačima.....	352
12.1.3. Informacije o kupcima.....	353
12.1.4. Informacije o drugim komitentima.....	355
12.1.5. Informacije o konkurenciji i konkurentima.....	356
12.1.6. Interne informacije.....	356
12.2. Informacioni tokovi.....	357
12.3. Marketing informacioni sistem (MIS).....	359
12.3.1. Interni računovodstveni sistem.....	360
12.3.2. Marketing obaveštajni sistem.....	364
12.3.3. Signali.....	366
12.3.4. Istraživanje marketinga.....	367
12.3.4.1. Plan i postupak istraživanja marketinga.....	372
12.3.4.2. Cilj istraživanja.....	373
12.3.4.3. Prostorini i vremenski obuhvat istraživanja.....	374
12.3.4.4. Metode istraživanja.....	374
12.3.4.5. Postupak i faze istraživanja marketinga.....	375
12.3.4.6. Metode prikupljanja podataka.....	377
12.3.4.7. Izvori informacija.....	379
12.3.4.8. Troškovi i naponi istraživanja.....	380
12.3.4.9. Kadrovi i ostale determinante istraživanja.....	381
12.3.5. Marketing analitički sistem.....	381
13. FINANSIRANJE BIZNISA.....	383
13.1. Sopstvena ili tuda sredstva.....	383
13.2. Mogući izvori finansiranja.....	384
13.3. Finansiranje iz tekućeg obrta.....	385
13.4. Ortačko udruživanje potencijala.....	386
13.5. Emitovanje akcija.....	387
13.6. Kreditiranje od strane komitenata.....	389
13.7. Bankarski krediti.....	391
13.8. Obezbeđenje robe putem komisiona.....	393
13.9. Obezbeđenje robe i kapitala putem franšize.....	394
13.10. Prodaja ili ustupanje raspoloživih resursa.....	394
13.11. Otkrivanje izvora kapitala.....	396
14. FINANSIJSKI MENADŽMENT.....	397

15. MARKETING AKTIVNOSTI.....	407
15.1. Konceptija marketinga.....	409
15.2. Marketing kao resurs.....	413
15.3. Uvođenje marketinga.....	414
15.4. Instrumenti (elementi) marketinga- marketing miks.....	415
15.4.1. Miks asortimana.....	416
15.4.2. Miks cena.....	417
15.4.3. Miks distribucije.....	419
15.4.4. Miks promocije.....	420
15.4.5. Nivo (faze) miksiranja.....	422
15.5. Ciljni marketing.....	425
15.5.1. Segmentacija tržišta.....	428
15.5.1.1. Preferencije kupaca.....	431
15.5.1.2. Kriteriji segmentacije.....	432
15.5.2. Izbor ciljnog tržišta.....	437
15.5.3. Tržišno pozicioniranje.....	440
15.5.3.1. Pozicioniranje organizacije.....	440
15.5.3.2. Pozicioniranje ponudbenih proizvoda.....	443
15.6. Vrste marketinga.....	445
15.6.1. Vertikalni marketing.....	445
15.6.2. Horizontalni marketing.....	446
16. CENA.....	447
16.1. Određivanje prodajnih cena.....	449
16.2. Izbor cenovnog cilja.....	449
16.3. Utvrđivanje potražnje.....	451
16.4. Procena troškova.....	453
16.5. Analiza ponude i cena konkurenata.....	454
16.6. Kreiranje politike cena.....	455
16.7. Formiranje (određivanje) konkretne prodajne cene.....	456
16.8. Izbor konačne cene.....	459
16.9. Modifikacija cena.....	460
17. RIZICI U BIZNISU.....	465
17.1. Upoznavanje rizika.....	466
17.2. Analiza i klasifikacija rizika.....	469
17.3. Upoznavanje rizika.....	470
17.3.1. Predvidivi i nepredvidivi rizici.....	471
17.3.2. Eksterni i interni rizici.....	472
17.3.2.1. Rizici eksternog karaktera.....	472
17.3.2.2. Rizici internog karaktera.....	475
17.3.3. Rizici prema fazi nastanka.....	477
17.3.3.1. Rizici u izboru poslovne koncepcije.....	478

17.3.3.2. Rizici u primeni poslovne koncepcije.....	481
17.4. Upravljanje rizicima.....	482
17.4.1. Identifikacija i analiza rizika.....	484
17.4.2. Izbor i primena metoda za eliminaciju rizika.....	488
17.5. Rizik i zarada.....	491
18.ZAVRŠNE EKSPLIKACIJE.....	493
INDEKS AUTORA I IZVORA MISLI I IZREKA.....	497
LITERATURA.....	505
PRILOG.....	509
KREATIVNO RASUĐIVANJE.....	511