

# SADRŽAJ

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Uvod .....                              | 9  |
| Predgovor .....                         | 19 |
| 1 FANKI VREMENA .....                   | 24 |
| Borba mozgova .....                     | 30 |
| Treća revolucija znanja                 |    |
| Povratak u revoluciju .....             | 35 |
| Fanki biznis je istinski globalan       |    |
| Fanki biznis znači jaču konkurenciju    |    |
| svuda i za sve                          |    |
| Fanki biznis iziskuje stalnu potragu za |    |
| različitošću                            |    |
| Fanki biznis iziskuje organizacione     |    |
| inovacije                               |    |
| Fanki biznis postavlja menadžment i     |    |
| rukovođenje u središte zbivanja         |    |
| Fanki biznis nam daje moć               |    |
| Ka fanki budućnosti .....               | 47 |
| 2 SILE FANKA .....                      | 50 |
| Tehnologija: beskrajan akord ....       | 55 |
| Digitalni podaci                        |    |
| Digitalni snovi                         |    |
| Institucije: obnova mauzoleja ....      | 65 |
| Institucija kapitalizma                 |    |
| Nacionalna država                       |    |
| Političke partije                       |    |
| Večno preduzetništvo                    |    |
| Porodica                                |    |
| Vrednosti: od teleskopa do              |    |
| kaleidoskopa .....                      | 78 |
| Radne vrednosti                         |    |
| Fuzija u globalnom selu                 |    |
| Duhovna praznina                        |    |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Deregulacija života: osuđeni<br>na slobodu ..... | 84 |
| Uхватiti se u koštac s haosom                    |    |

|                    |    |
|--------------------|----|
| 3 FANKI SELO ..... | 90 |
|--------------------|----|

|                     |    |
|---------------------|----|
| Društvo viška ..... | 94 |
|---------------------|----|

Tržišna groznica  
Prekomerna ponuda  
Besplatna komunikacija  
Povratak zahtevnog potrošača  
Trka za pažnju

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| Sada: društvo u realnom<br>vremenu ..... | 103 |
| Doba aukcija                             |     |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Softwhere? Društvo mozgova ...        | 108 |
| Konkurencija zasnovana na sposobnosti |     |

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Svuda: globalno povezano<br>društvo ..... | 115 |
|-------------------------------------------|-----|

Daleki zapad  
Daleki istok  
Bliži istok  
Bliže nama  
ltd.  
Lideri i neodlučni

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| Maglovito društvo ..... | 129 |
|-------------------------|-----|

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| Fragmentisano društvo ..... | 133 |
|-----------------------------|-----|

Polarizacija  
Plemenizacija  
Individualizacija

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Društvo slo-že-ni-ca ..... | 139 |
|----------------------------|-----|

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Pobednik dobija sve ..... | 142 |
| Konkurencija receptata    |     |

|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| <b>4 FANKI D.O.O.</b> .....                | <b>147</b> |
| <b>Fanki d.o.o. je usredsreden</b> .....   | <b>151</b> |
| Suženi fokus                               |            |
| Šuplji fokus                               |            |
| Ciljani fokus                              |            |
| <b>Fanki d.o.o. je uticajan</b> .....      | <b>164</b> |
| Interni uticaj                             |            |
| Industrijski uticaj                        |            |
| Međunarodni uticaj                         |            |
| <b>Fanki d.o.o. je inovativan</b> .....    | <b>174</b> |
| Inovirajte novim strategijama              |            |
| Inovirajte brzinom                         |            |
| Inovirajte pameću                          |            |
| Ignorirati i slušati potrošače             |            |
| Kombinujte heterogenost i homogenost       |            |
| <b>Fanki d.o.o. je heterarhijski</b> ..... | <b>191</b> |
| Fanki model                                |            |
| Sedam karakteristika fanki firme           |            |
| <b>Recept za uspeh?</b> .....              | <b>203</b> |
| <b>5 FANKI VI</b> .....                    | <b>206</b> |
| <b>Smisleno vodstvo</b> .....              | <b>212</b> |
| Usmerenje – zavrti me                      |            |
| Eksperimentisanje – oprosti mi             |            |
| Obrazovanje – razvij me                    |            |
| Personalizacija – vidi me                  |            |
| <b>Izjašnjavanje</b> .....                 | <b>233</b> |
| Budite jedinstveni                         |            |
| Inkorporišite se                           |            |
| Povežite se                                |            |
| <b>Upravljanje snovima</b> .....           | <b>241</b> |

**6 FANKI RASPOLOŽENJE ..... 244**

Šta čini erotske snove? ... 248

Od lokacije do  
organizacije..... 251

Ekonomija duše..... 256

Beskonačna inovacija..... 262  
Senzacionalne strategije

Izgradite emotivno  
preduzeće..... 268

Prosek nikada ne pobeđuje 274

Beleške..... 277

Spisak autora fotografija i  
ilustracija ..... 288