

SADRŽAJ

Predgovor	13
I. KARAKTERISTIKE GLOBALNE EKONOMIJE.....	18
1. KARAKTERISTIKE SAVREMENOG MENADŽMENTA.....	18
1.1. Percepcije i razumijevanje svijeta u kojem živimo.....	18
1.2. Karakteristike menadžmenta uspješnih svjetskih kompanija.....	21
1.3. Strategija za ulazak na internacionalna tržišta	23
1.4. Proces promjena u organizaciji	26
1.5. Razlike između klasične i inovativne organizacije	31
1.6. Ljudski resursi kao kapital organizacije	32
1.7. Karakteristike teorije Z menadžmenta	33
1.8. Proces promjena organizacione kulture	33
1.9. Upravljanje organizacionom kulturom	40
2. OSNOVNE KARAKTERISTIKE SOCIJALISTIČKOG I PREDUZETNIČKOG DRUŠTVA.....	41
II. ULOGA DRŽAVE U EKONOMIJI	46
1. ULOGA DRŽAVE U USLOVIMA TRANZICIJE	46
3. TRŽIŠTE I DRŽAVA U SAVREMENOJ EKONOMIJI	49
4. EKONOMSKA ULOGA DRŽAVE.....	51
5. DONOŠENJE DRUŠTVENIH ODLUKA.....	56
6. OBLICI DRŽAVNE INTERVENCIJE U EKONOMIJI	57
7. EKONOMIJA I POLITIKA.....	60
8. DOKTRINE “NEVIDLJIVE RUKE” I “JAVNE RUKE”.....	62
9. TIPOLOGIJA EKONOMSKIH SISTEMA.....	66
10. EKONOMSKA I IDEOLOŠKA TIPOLOGIJA SAVREMENIH EKONOMSKO-SOCIJALNIH SISTEMA	67
11. TIPOVI I MODELI EKONOMSKIH SISTEMA.....	70
12. KINESKI SISTEM SOCIJALISTIČKE TRANSFORMACIJE – KOMBINACIJA TRŽIŠTA I PLANA	72
13. ULOGA DRŽAVE NA TRŽIŠNOJ SCENI SAVREMENIH DRUŠTAVA	78
14. EKONOMSKE FUNKCIJE DRŽAVE.....	83
15. EKONOMSKE POLITIKE DRŽAVE	86
III. GLOBALIZACIJA U SAVREMENOM DRUŠTVU.....	92
1. KONCEPTI I CILJEVI GLOBALIZACIJE	92
2. EKONOMSKI ASPEKTI GLOBALIZACIJE	95
2.1. Moć i profit razvijenih zemalja kao posljedica procesa globalizacije	95
2.2. Monopolska pozicija velikih korporacija.....	96
2.3. Seoba kapitala prema povoljnijim uslovima poslovanja.....	97
2.4. Ubrzan tehnološki razvoj i produbljivanje svjetske podjele rada.....	98
3. DRUŠTVENI ASPEKTI GLOBALIZACIJE.....	98
3.1. Socijalni aspekti globalizacije	99

3.2.	Politički aspekti globalizacije	101
3.3.	Savremena potrošačka kultura kao posljedica procesa globalizacije	102
4.	GLOBALIZACIJA KAO POTČINJAVANJE ILI ŠANSA.....	103
4.1.	Različiti pogledi na proces globalizacije	103
4.2.	Kako se uključiti u proces globalizacije	104
4.3.	Posljedice procesa globalizacije.....	106
5.	PROCES GLOBALIZACIJE TRŽIŠTA I NJEN UTICAJ NA POSLOVANJE PREDUZEĆA	107
5.1.	Karakteristike globalne ekonomije.....	108
IV.	PRIVATIZACIJA KAO PROCES PRETVARANJA DRŽAVNE I DRUŠTVENE SVOJINE U PRIVATNU	112
1.	VLASNIŠTVO	112
1.1.	Privatna svojina	112
1.2.	Kolektivna svojina.....	113
2.	PRIVATIZACIJA	114
2.1.	Značaj privatne svojine i privatne inicijative.....	115
2.2.	Podsticanje razvoja privatnih preduzeća	115
2.3.	Ubrzana privatizacija društvenih i državnih preduzeća	116
3.	MODELI PRIVATIZACIJE	117
3.1.	Model podele kapitala	118
3.1.1.	<i>Metod dodjele akcija</i>	118
3.1.2.	<i>Metod masovne vaučerizacije</i>	119
3.2.	Model prodaje kapitala	120
3.2.1.	<i>Javni tender</i>	120
3.2.2.	<i>Javna aukcija</i>	121
3.2.3.	<i>Restrukturiranje</i>	121
3.2.4.	<i>Berzanski promet akcija</i>	121
3.2.5.	<i>"Insajderska" i "outsajderska" privatizacija</i>	121
4.	PRIVATIZACIJA U JAVNOM SEKTORU	122
5.	DENACIONALIZACIJA (RESTITUCIJA)	123
6.	MASOVNA PRIVATIZACIJA.....	124
V.	UTICAJNI FAKTORI OKRUŽENJA NA POSLOVANJE ORGANIZACIJE.....	128
1.	MAKRO OKRUŽENJE.....	128
2.	MIKRO OKRUŽENJE	133
3.	UPRAVLJANJE OKRUŽENJEM.....	136
3.1.	SWOT analiza	138
3.2.	Benčmarking analiza	141
3.3.	Cost – benefit analiza	144
3.4.	Demingova pravila za unapređenje aktivnosti	145
3.5.	Savremeni, opšti principi uspješnog menadžmenta	146

VI. PREDVIĐANJE I METODE PREDVIĐANJA BUDUĆIH NEIZVJESNIH DOGAĐAJA	152
1. DELFI METODA	152
2. METODA ANALOGIJE	156
3. METODA TRENDA	156
4. REGRESIONA ANALIZA	159
5. BAJESOVA METODA – STABLO ODLUČIVANJA	160
6. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	169
7. MENADŽERSKI METOD PREDVIĐANJA	169
8. PREDVIĐANJE EKSPERATA	170
9. BRAINSTORMING	170
10. IZBOR METODE PREDVIĐANJA	171
VII. KRIZNI MENADŽMENTU USLOVIMA TRANZICIJE	174
1. DEFINISANJE OSNOVNIH POJMOVA	175
1.1. Krizni menadžment	175
1.2. Katastrofa	176
1.3. Kriza	176
1.4. Preduzetničke krize	177
1.5. Insolvencija	178
1.6. Saniranje	179
1.7. Restruktuiranje	179
2. SIMPTOMI KRIZE	180
3. UZROCI KRIZE	181
3.1. Interni uzroci krize	185
3.2. Eksterni uzroci krize	186
4. OSNOVE ZA SANIRANJE	191
5. TIPIČNI TOK ESKALACIJE KRIZE	191
5.1. Ponašanje menadžmenta u pojedinim fazama razvoja krize	193
6. VRSTE PREDUZETNIČKIH KRIZA	194
6.1. Strategijska kriza i strategijsko saniranje/restruktuiranje	195
6.2. Operativna kriza i operativno saniranje/restruktuiranje	195
7. FINANSIJSKA KRIZA	196
8. FAZE KRIZNOG MENADŽMENTA	197
9. UZROČNA VEZA, MENADŽMENT - KRIZA	199
10. MJERE ZA USPOSTAVLJANJE LIKVIDNOSTI	200
11. KRIZNI MENADŽMENT PO PODRUČJIMA POSLOVANJA	204
12. ULOGA KREDITNIH INSTITUCIJA U SANIRANJU FINANSIJSKE KRIZE PREDUZEĆA	204
12.1. Uloga banke	205
12.2. Finansijska podrška banke u saniranju	206
13. PRIMJER USPJEŠNOG KRIZNOG MENADŽMENTA	208
13.1. Primjer firme "X"	208
13.2. Rezime kriznog menadžmenta u preduzetništvu	211
14. STEČAJ KAO RJEŠENJE ZA PREDUZEĆA U FINANSIJSKIM POTEŠKOĆAMA	214

14.1. Stečaj kao način da se sačuva poslovanje	214
14.2. Kako funkcioniše stečaj	215
14.3. Stečajni postupak	216
14.4. Reorganizacija	217
14.5. Likvidacija	218
14.6. Prednosti stečaja u oporavku preduzeća	218
15. KARAKTERISTIKE ORGANIZACIJSKE PROMJENE	219
15.1. Uzroci otpora promjenama	222
15.2. Reinžinjering	224
16. STRATEGIJE UVOĐENJA PROMJENA	225
17. NEKE KARAKTERISTIKE MENADŽMENTA	
RAZVIJENIH ZEMALJA	227
17.1. Neke karakteristike stila vođenja u Evropi	227
17.2. Osnovne karakteristike američkog stila vođenja	228
17.3. Osnovne karakteristike japanskog stila vođenja	229
18. SAVJETI MENADŽERIMA AMERIČKOG	
AUTORA JEFFREY J. FOX-a	232
VIII. STANJE I MOGUĆE MJERE IZLASKA IZ KRIZE	
EKONOMIJE BIH	240
1. PRESJEK STANJA TRANZICIJE U BOSNI I HERCEGOVINI	240
2. PRIJEDLOG ZA RAZVOJ BIH EKONOMIJE	242
2.1. Ekonomija znanja	242
2.2. Smanjenje javne potrošnje	244
2.3. Privatizacija	245
2.4. Obrazovanje – SWOT analiza	250
3. MEĐUNARODNA ZAJEDNICA I REFORME U BIH	251
3.1. Reforma ekonomije	252
3.2. Reforma javne uprave	253
4. PRIJEDLOG RAZVOJNE STRATEGIJE BIH	253
IX. MENADŽMENT TOTALNIM KVALITETOM - TQM KAO FAKTOR	
PREVAZILAŽENJA POSLOVNE KRIZE PREDUZEĆA	260
1. UPRAVLJANJE SISTEMOM KVALITETA	260
1.1. Tradicionalni pristup osiguranja kvaliteta	260
1.2. Upravljanje sistemom kvaliteta	261
2. EVOLUCIJA KVALITETA	263
3. PROCES KONTROLISANJA	266
4. POVEZANOST PLANIRANJA I KONTROLISANJA	267
5. PRAVILA KONTROLISANJA	268
6. KVALITET – PRETPOSTAVKA OPSTANKA	270
7. KULTURA KVALITETA	273
8. IDEJE EDVARDSA DEMINGA – “LEGENDARNA NAČELA”	275
9. JURANOV PRISTUP	276
10. SAVREMENI TQM	277
11. KVALITATIVNI KRUG	278

12. PROCESI UNUTAR SISTEMA.....	280
13. MENADŽMENT TOTALNIM KVALITETOM.....	281
13.1. Kako rade organizacije sa TQM pristupom	285
13.2. CILJEVI TQM-a	286
13.3. Osnovni principi TQM-a.....	288
X. MARKETING KONCEPT KAO POSLOVNA FILOZOFIJA	
OPORAVKA PREDUZEĆA.....	304
1. MARKETING KONCEPT	304
2. MARKETING MIX	306
3. MARKETING PLAN.....	308
3.1. Procjena sadašnje situacije na tržištu	308
3.2. Marketing ciljevi.....	315
3.3. Marketing strategije.....	322
XI. FAKTORI KONKURENTSKE PREDNOSTI ORGANIZACIJE U	
USLOVIMA TRŽIŠNE PRIVREDE	342
1. EFIKASNOST I EFEKTIVNOST KAO FAKTORI	
KONKURENTSKE PREDNOSTI.....	343
2. KVALITET KAO FAKTOR KONKURENTSKE PREDNOSTI	
ORGANIZACIJE	343
2.1. Sistemi osiguranja kvaliteta.....	346
2.1.1. <i>Tradicionalni pristup osiguranja kvaliteta</i>	<i>347</i>
2.1.2. <i>Upravljanje sistemom kvaliteta.....</i>	<i>348</i>
3. INOVATIVNOST KAO FAKTOR KONKURENTSKE	
PREDNOSTI ORGANIZACIJE	352
3.1. Fundamentalna i primijenjena istraživanja usmjerena	
ka inovativnosti.....	353
3.2. Koordinacija istraživačko-razvojne funkcije i marketinga.....	355
3.3. Koordinacija istraživačko-razvojne funkcije i proizvodnje.....	358
4. FOKUSIRANJE NA KUPCA KAO FAKTORA KONKURENTSKE	
PREDNOSTI ORGANIZACIJE	359
5. IZVORI KONKURENTSKE PREDNOSTI ORGANIZACIJE	361
6. PRIJETNJE TRAJNOSTI KONKURENTSKE PREDNOSTI.....	363
7. LOGIKA INOVACIONIH VRIJEDNOSTI	367
XII. KONCEPT RAZVOJNE STRATEGIJE KORPORACIJE	370
1. KARAKTERISTIKE KORPORACIJE KAO OBLIKA	
ORGANIZOVANJA.....	370
2. STRATEGIJA RAZVOJA KORPORACIJA.....	372
2.1. Orijentacija na jedan posao	373
2.2. Vertikalna integracija	373
2.3. Kooperativni odnosi kao faktor strategije razvoja korporacije.....	376
2.4. Strategija diverzifikacije.....	378
2.4.1. <i>Akvizicija postojećih preduzeća</i>	<i>379</i>
2.4.2. <i>Interno "start-up" preduzeće</i>	<i>380</i>
2.4.3. <i>"Joint Venture"</i>	<i>380</i>

2.4.4. Strategija povezane diverzifikacije	381
2.4.5. Strategija konglomeratske diverzifikacije	382
2.4.6. Strategija napuštanja, žetve i likvidacije posla	383
2.4.7. Strategija zaokreta	384
2.4.8. Strategija multinacionalne diverzifikacije.....	385
XIII. LITERATURA	387