

1. UVOD	
1.1 Predmet istraživanja.....	1
1.2. Cilj istraživanja.....	1
1.3. Hipoteze istraživanja.....	1
1.4. Metode istraživanja.....	1
1.5. Struktura rada.....	1
2. PREDUZEĆE .....	2
2.1. Istrorijski razvoj.....	2
2.2. Podjela preduzeća.....	6
2.2.1. Podjela preduzeća prema djelatnosti koju obavljaju.....	6
2.2.2. Podjela preduzeća prema veličini.....	7
3. TRŽIŠTE I METODE ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA.....	8
3.1. Pojam tržišta.....	8
3.2. Klasifikacija tržišta.....	9
3.2.1. Podjela tržišta na osnovu geografskog položaja.....	10
3.2.2. Podjela tržišta na osnovu predmeta kupoprodaje.....	10
3.2.3. Podjela tržišta na osnovu propisa.....	10
4. GLOBALIZACIJA, PANDEMIJA I EKONOMSKA KRIZE.....	11
4.1. Pojam i nastanak globalizacije.....	11
4.2. Aspekti globalizacije.....	12
4.2.1. Ekonomski aspekt globalizacije.....	12
4.2.2. Političko-pravni aspekt globalizacije.....	13
4.2.3. Kulturni aspekt globalizacije.....	14
4.3. Konotacije globalizacije.....	14
4.3.1. Pozitivne konotacije globalizacije.....	14
4.3.2. Negativne konotacije globalizacije.....	15
4.4. Uticaj na promjene u načinu poslovanja preduzeća.....	15
4.5. Modeli internacionalizacije.....	16
4.6. Strategije nastupa na stranim tržištima.....	17
4.7. Pandemija COVID-19 i ekonomska kriza.....	22

4.8. Uticaj pandemije na europsku i svjetsku privredu.....	24
5.1. Podaci o preduzeću.....	25
5.2. Cilj istraživanja.....	25
5.3. Uvodna razmatranja.....	25
5.4. Ukupna analiza konkurencije i prilika od podataka sa svih tržišta.....	26
5.5. Rezultati ukupne analize.....	33
5.6. Strategija izlaska na inostrano tržište sa aspekta obavljenog istraživanja,.....	34
6. ZAKLJUČAK	
7. LITERATURA	36