

Sadržaj

1.	Uvod.....	3
1.1	Problem, predmet i objekti rada.....	3
1.2	Znanstvena hipoteza.....	3
1.3	Svrha i ciljevi istraživanja.....	3
1.4	Znanstvene metode	4
1.5	Struktura rada.....	4
2.	Pojam, vrste i osnovne karakteristike tržišne konkurencije	5
2.1.	Pojam tržišta.....	5
2.2	Pojam tržišne konkurencije	7
2.3.	Vrste tržišne konkurencije	8
2.3.1.	Potpuna konkurencija.....	8
2.3.2	Ograničena konkurencija	9
2.3.3	Monopolska konkurencija.....	10
		11
2.4.	Politika zaštite konkurencije	12
3.	Vrste i karakteristike poslovnih subjekata na tržištu.....	14
3.1.	Definisanje preduzeća	14
3.2.	Razlozi postojanja preduzeća.....	15
3.3	Diferencijacija preduzeća prema veličini.....	16
3.3.1	Mala preduzeća	16
3.3.2	Srednja preduzeća	17
3.3.3	Velika preduzeća.....	18
3.4.	Posebne vrste preduzeća	20
4.	Prednosti i izazovi poslovanja na tržištu ograničene konkurencije	22
4.1	Prednosti malih preduzeća	22
4.2	Izazovi malih preduzeća	24
4.3	Prednosti velikih preduzeća	26
4.4	Izazovi velikih preduzeća.....	28
4.5	Komparativni pregled po funkcijama MSP i velikih poslovnih sistema.....	30
4.6	Konkurentnost i razvoj malih i srednjih preduzeća u uslovima ekonomske krize.....	31
5.	Podrška razvoju malih i srednjih preduzeća na tržištu ograničene konkurencije.....	34
5.1	Definisanje strateških ciljeva za podršku malih i srednjih preduzeća u RS.....	35

5.2 Operativni ciljevi strategije razvoja MSP	35
5.3 Marketing edukacija za unapređenje malih i srednjih preduzeća	38
Zaključak	39
Popis literature	40