

**Faktori i okolnosti koji opredeljuju preduzetništvo i preduzetničku ekonomiju (3)**

<b>Paradigme, okviri i okruženje za razvoj inovativnog preduzetništva</b>	7
❖ Identifikovanje faktora koji su izmenili kulturno-civilizacijske vrednosne orijentacije	8
❖ Gde smo i šta će biti s nama?	10
❖ Uloga preduzeća u tržišnoj privredi	12
❖ Građanska demokratija i inovativno preduzetništvo	14
❖ Značaj opšte teorije sistema u društvenim naukama	25
❖ Nastanak kapitalizma i uloga protestantizma u razvoju preduzetništva	30
❖ Kakva je aktualna u nas situacija?	32
❖ Aktualizacija uloge javnih korporacija u razvoju privatnog preduzetništva	36
❖ Aktualizacija uloge države u razvoju privatnog preduzetništva	38
❖ Determnisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkoj ekonomiji	40

Fusnote i literatura 41

<b>Naseđeno okruženje i paradigme koje opredeljuju promene i rešenja koja omogućuju izlazak iz kriza</b>	41
❖ Stanje koje nas zabrinjava i upozorava	42
❖ Da li rešenja postoje?	45
❖ Šta treba da se ima u vidu?	48

Fusnote i literatura 50

<b>Objašnjenje odabranih ekonomskih pojmova</b>	51
❖ Determnisanje pojmova makro i-mikroekonomija	51
➢ Objasnjeno pojam poslovni uspeh	54
➢ Objasnjeno pojam produktivnost	55
➢ Objasnjeno pojam ekonomičnost	56
➢ Objasnjeno pojam rentabilnost	57
➢ Objasnjeno pojam preduzetnička dobit (profit)	58
❖ Objasnjeno poslovno-finansijske analize preduzeća pomoću koeficijenata	61
➢ Utvrđivanje interne likvidnosti – solventnosti	62
➢ Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	62
➢ Analiza rentabilnosti	63
➢ Analiza preduzetničkih rizika	64
➢ Analiza poslovne ekspanzije	65
➢ Utvrđivanje eksterne likvidnosti	65
❖ Rasprava o dilemi srednja i mala preduzeća	66

<b>Objašnjenje pojmova u vezi sa kreiranjem stvaralačke (inovativne) atmosfere</b>	68
❖ Osnove teorije stvaralaštva	70
➢ Kriterijumi stvaralaštva	73
➢ Funkcija stvaralaštva u oblikovanju i reoblikovanju	73
➢ Objasnjeno pojmova meta-marketing i hi-tech-marketing	74

❖	Objašnjenje pojma svrshodna preduzetnička inovacija	76
➤	Izvori inovacija u okviru organizacije	79
	▪ Neočekivani rezultati kao šansa	79
	• Neočekivani uspeh kao šansa 79	
	• Neočekivani promašaj kao šansa 81	
	• Neočekivani spoljni događaji kao šansa 82	
	▪ Nepodudarnost između stvarnosti i onog što bi moglo biti i onog što bi trebalo da bude	83
	• Nepodudarnost ekonomske realnosti 86	
	• Nepodudarnost između realnosti i pretpostavki o njoj 88	
	• Nepodudarnost između opaženih i stvarnih vrednosti i očekivanja potrošača 90	
	• Inovacije bazirane na nepodudarnosti procesa 91	
➤	Izvori inovacija izvan organizacije	92
	▪ Nepodudarnosti zbog promena u strukturi privrede i tržišta	92
	▪ Nepodudarnosti usled promena u demografskoj strukturi stanovništva	93
	▪ Nepodudarnosti između postojećeg i novog znanja	94

Fusnote i literatura 96

### **Osnovne determinante preduzetničke ekonomije i inovativnog preduzetništva** 97

❖	Resursi koji determinišu razvoj preduzetništva	101
❖	Socijalni (humani) kapital ili sklonost srpskog društva ka sponatanoj socijabilnosti	103
❖	Značaj porodice za razvoj preduzetničkog duha potomstva	109
❖	Preduzetnički nagon volje, motivi i odgovornosti	113
➤	Aktualiziranje motiva	113
➤	Preduzetnička socijalna odgovornost	118
➤	Preduzetnička etička odgovornosti i kultura kompanije	120
	▪ Opšti principi preduzetničke etičke odgovornosti	120
	▪ Korporativna kultura i klima	124
	▪ Elementi korporativne etičke odgovornosti	127

Fusnote i literatura 132

### **Srpski preduzetnički tipovi i savremena preduzetnička i menidžerska praksa** 133

❖	Srpski preduzetnički homeopatski tipovi	134
➤	Nux vomica homeopatski preduzetnički tip	135
➤	Formalni preduzetnici	136
❖	Menidžerska tipologija	137
➤	Reference savremene preduzetničke prakse	137
➤	Osnovni tipovi srpskih menidžera	140

Fusnote i literatura 146

### **Mere koje bi omogućile razvoj porodičnih, malih i srednjih preduzeća i preduzetničke odluke kod dimenzioniranja veličine preduzeća** 147

➤	Program mera za razvoj malih i srednjih preduzeća	152
➤	Utvrđivanje politike razvoja malih i srednjih preduzeća	153
➤	Pravno-institucionalno okruženje tržišne privrede primerene za porodična, mala, srednja i velika preduzeća	154
	▪ Opšti uslovi za stimulisavanje razvoja malih i srednjih preduzeća	154
	▪ Opšte institucionalne karakteristike tržišne privrede	155

▪ Uvođenje institucija ovlaštenih računovoda i revizora	159
➤ Oporezivanje i finansijski aspekti	160
▪ Posebni poreski tretman malog posla na sopstvenim sredstvima	163
▪ Definisane pojma poreski stimulansi	164
➤ Uređenje pravno-institucionalnog okruženja, razvijanje usluga i javnog servisa od značaja za razvoj malih i srednjih preduzeća	166
▪ Programi i fondovi za finansiranje malih i srednjih preduzeća	168
▪ Obrazovanje kadrova za potrebe razvoja malih i srednjih preduzeća	170
▪ Utvrđivanje lokalnih zadataka sa ciljem razvoja preduzetničke ekonomije i preduzetništva	171
▪ Razvoj asocijacija malih i srednjih preduzeća	177
▪ Internacionalizacija poslovanja malih i srednjih preduzeća	178
▪ Standardizacija, kontrola kvaliteta i zaštita čovekove okoline	179
▪ Inkubator centri, programi prekvalifikacije i zapošljavanje	179
➤ Obeležja i problemi uspešnih malih i srednjih preduzeća	181

Fuotote i literatura 182

<b>Preduzetničke odluke i opstanak velikih preduzeća</b>	183
❖ Uloga preduzetnika u velikom preduzeću	183
➤ Razvoj kulture velikog preduzeća	184
➤ Preduzetnici, menadžeri i zaposleni treba da vole preduzeće i kupce	185
❖ Preduzetna upravljačka tehnologija	187
➤ Problem izradnje menadžerskih timova	192
➤ Shvatanje promena kao mogućnosti izlaska iz krize	194
❖ Utvrđivanje politike razvoja malih i srednjih preduzeća	196

Fuotote i literatura 200

Drugi deo

## Ograničenja koja determinišu inovativno preduzetništvo (201

<b>Ograničenja usled izostanka demokratskog pluralizma</b>	203
--	-----

<b>Filosofija srpske palanke od značaja za inovativno preduzetništvo</b>	208
❖ Stil balkanske i srpske palanke i palančana	208
❖ Duh balkanske i srpske palanke i palančana	209
❖ Realizam kao filosofija balkanske i srpske palanke	211
❖ Tradicionalizam kao filosofija balkanske i srpske palanke	213
❖ Srpska i balkanska surevnjivost i zavist	214
❖ Srpska pravoslavna pitomost i dvoličnost	215
❖ Srpski i balkanski primitivizam	217
❖ Srpsko osećanje za kolektivizam i druželjubivost	218
❖ Balkanski i srpski narcizam, nacionalizam i nacizam kao filosofija duha palanke	220
❖ Srpska nacionalna duhovnost i duhovitost	225
❖ Balkanski psihološko-antropološki tipovi	227
➤ Psihičko-moralne karakteristike dinarskog tipa	228
➤ Psihičke karakteristike centralnog tipa slovenskog stanovništva	229

Fuotote i literatura 231

<b>Pozicioniranje i repozicioniranje u odnosu na međunarodno okruženje</b>	232
❖ Uvažavanje promena u međunarodnom okruženju	232
❖ Principi internacionalizovanja države i privrede	240
❖ Stepeni internacionalizovanja preduzeća	243

Fusnote i literatura 246

Treći deo

## **Elementi savremenog preduzetnog menadžmenta (247)**

<b>Principi preduzetnog menadžmenta</b>	250
❖ Razvoj naučne misli o menadžmentu	250
❖ Paradigme savremenog preduzetnog menadžmenta	252
❖ Proces preduzetnog menadžmenta	253

Fusnote i literatura 255

<b>Osnivanje i oblici preduzetničkog društva kapitala</b>	256
❖ Normativno i ekonomsko determinisanje pojma preduzetno društvo	256
❖ Objašnjenje preduzetničkih normativnih oblika	257

<b>Poslovne funkcije preduzetničkog društva kapitala</b>	262
--	-----

<b>Pretpostavke uspešnosti preduzetničkog društva kapitala</b>	265
--	-----

Fusnote i literatura 267

<b>Životni ciklusi preduzetničkog društva kapitala</b>	268
--	-----

❖ Faze životnog ciklusa preduzetničkog društva	269
➤ Faza konstituisanja preduzeća	270
▪ Faza razvijanja nove poslovne ideje	270
▪ Faza razvijanja preduzetnog poslovnog plana	271
➤ Faza konsolidovanja preduzeća	274
▪ Trade-off analiza svih pozicija	274
▪ SWOT-analiza	275
➤ Faza konkurencije na tržištu	279
▪ Benchmarking analiza kao strateški alat menadžmenta	280
➤ Faza konkurentnosti preduzeća na tržištu	282
▪ Sistem analiza povraćaja na uložena sredstva kompanije	283
➤ Faza kompetentnosti preduzeća	285
▪ Analiza i kontrola životnog ciklusa kompanije	286
➤ Faza kooptacije – preuzimanja	287
➤ Faza kapitulacije preduzeća	288
❖ Preduzetnički motivi i koncept preduzeća	288
❖ Uzročnici krize preduzeća i postupci izvođenja iz krize	289
➤ Simptomi i uzročnici krize preduzeća	290
➤ Faze oporavka preduzeća u krizi	292
▪ Elementi strategija preduzeća u krizi	293
▪ Elementi strategija marketinga preduzeća u krizi	295

Fusnote i literatura 295 – 6

<b>Transakcione analiza ponašanja savremenog preduzetnika</b>	297
---	-----

❖ Neoklasična torija rasta preduzeća	298
--------------------------------------	-----

❖ Postkeynzijska ekonomska teorija rasta preduzeća	299
❖ Transakcijske paradigme preduzeća o okruženje	302
❖ Analiza preduzetničke mreže	303
❖ Marketing implikacije transakcijske paradigme preduzeća	304
❖ Kreiranje preduzetnog miljea koji privlači sveži kapital	304
❖ Globalno tržište, marketing i preduzetništvo	307

Financi i literatura 308 - 9

<b>Preduzetne i menadžerske sklonosti kod ulaganja</b>	310
❖ Analiza sklonosti vlasnika i menadžmenta za ulaganja	311
❖ Odluka o štednji ili investiranju	312
❖ Preduzetno odlučivanje o zajmu	314
❖ Preduzetno optimiziranje portfelja	316
❖ Preduzetnikova ocena neizvesnosti i rizika	318
❖ Ocena neizvesnosti prema kriteriju očekivani prinos-rizik	319

#### Četvrti deo

### **Preduzetničke strategije i planiranje preduzetničke aktivnosti (321)**

<b>Preduzetničke tržišne strategije</b>	327
❖ Definisanje vizije, poslovne misije, ciljeva i motiva preduzeća	327
❖ Identifikovanje poslovne politike	330
❖ Opšte strategije preduzeća	332
➤ Opšte preduzetničke strategije	334
➤ Opšte marketing-strategije	337
➤ Generičke tržišne strategije	338
➤ Proces formulisanja marketing-strategija	339

Financi i literatura 340

<b>Planiranje preduzetničke aktivnosti</b>	341
❖ Determinisanje pitanja na koja preduzetnik traži odgovore	342
➤ Za koga i šta proizvoditi?	343
➤ Ko treba da su osnivači preduzeća?	345
➤ Kako proizvoditi?	346
➤ Kako obezbediti kapital i problemi finansiranja projekta?	346
➤ Troškovi izvora finansiranja preduzetnikovog projekta	347
❖ Kreiranje individualnog preduzetnog plana za rad na sopstvenim sredstvima	352
➤ Razvoj potrebe za planiranjem	352
➤ Delovi poslovnog plana rada na sopstvenim sredstvima	253
➤ Prikupljanje planskih činjenica	356
• Korak 1.: Da li sam spreman ući u novi način života?	356
• Korak 2.: Moram da analiziram samog sebe	357
• Korak 3.: Odabiranje proizvoda ili usluga	358
• Korak 4.: Tržišna i marketing istraživanja	359
• Korak 5.: Prognoziranje prihoda od prodaje	360
• Korak 6.: Izbor lokacije preduzeća	360
• Korak 7.: Izrada proizvodnog plana	361

- Korak 8.: Izrada marketing plana 362
- Korak 9.: Izrada plana organizacije 362
- Korak 10.: Izrada pravnog plana 363
- Korak 11.: Izrada računovodstvenog plana 364
- Korak 12.: Izrada plana i praćenje poslovanja računarom 364
- Korak 13.: Izrada finansijskog plana 365
  - Novčani proračun 366
  - Bilans i izveštaj o dohotku 366
  - Izveštaj o dohotku 366
  - Grafikon poslovanja 367
- Korak 14.: Idemo u potragu za novcem, donacijom ili zajmom? 367
- Korak 15: Pisanje uvodnog pisma 368

Fusnote i literatura 369

## **Kreiranje marketing-politika, planova i programa 370**

- ❖ Postupak optimizacija profita 370
- ❖ Optimizacija marketing-miksa 372
- ❖ Optimizacija alokacije marketinga na različita ciljna tržišta 375

Fusnote i literatura 376

Literatura 377 - 378