

Sadržaj

Prvi deo

Finansijski menadžment (1)

1. Teorijske osnove finansijskog menadžmenta	3
1.1. Nove paradigme poslovnih finansija	4
1.2. Finansijski menadžment, potrebna znanja, osobine i vrline menadžera	7
1.3. Finansijski inženjering	11
1.4. Oblici finansijskog menadžmenta	12
1.4.1. Franšizing	12
1.4.2. Leasing	12
1.4.3. Factoring	13
1.4.4. Forfeting	14
2. Sistem analiza i kontrola pomoću revizije	15
2.1. Finansijska kontrola i marketing revizija	15
2.2. Kontrola marketing menadžmenta	16
2.3. Analiza i kontrola finansijskog upravljanja gotovinom	18
2.4. Analiza i kontrola finansijskog upravljanja potraživanjima od kupaca	21
2.5. Analiza i kontrola finansijskog upravljanja zalihama	22
3. Opšta ocena finansijskih aspekata preduzeća	23
3.1. Finansijska sredstva preduzeća	23
3.2. Ocena finansijskih ulaganja	24
3.3. Ocena finansijskih aspekata rentabilnosti	25
3.4. Ocena finansijskog planiranja i sistema kontrolisanja investicionih projekta	28
3.4.1. Metodologija novčanih tokova	29
3.4.2. Računovodstvena metodologija	30
3.5. Analiza i ocena tokova finansijskih sredstava	31
3.5.1. Dopunsko izveštavanje o tokovima sredstava	31
3.5.2. Neto-i bruto princip bilansiranja novčanih tokova	32
3.5.3. Izveštavanje o tokovima neto obrtnih sredstava	33
3.6. Analiza i ocena bilansa stanja i bilansa uspeha	34
3.6.1. Analiza bilansa stanja	34
3.6.2. Analiza bilansa uspeha	37
3.6.3. Analiza bilansa plaćanja	39
3.6.4. Presecanje bilansa stanja i bilansa uspeha	40
4. Merenje poslovnih efekata i rizika finansijskim leverage-om	43
4.1. Poslovni leverage	44
4.2. Finansijski leverage	44
4.3. Kombinovani leverage	45

5. Analiza i ocena strukture kapitala preduzeća	46
5.1. Tradicionalna teorija analize strukture kapitala	46
5.2. Modigliani-Millerova teorija analize strukture kapitala	48
6. Ocena kvaliteta ekonomije preduzeća	51
7. Poslovno-finansijska analiza preduzeća pomoću koeficijenata	54
7.1. Utvrđivanje interne likvidnosti – solventnosti	55
7.2. Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	57
7.3. Analiza rentabilnosti	59
7.4. Analiza finansijskih rizika	60
7.5. Analiza poslovne ekspanzije	61
7.6. Utvrđivanje eksterne likvidnosti	62
8. Pretpostavke efikasnosti preduzeća	63
8.1. Analiza i kontrola pomoću ljudi	66
8.2. Preduzetničke alternativne orijentacije	67
8.2.1. Preduzetnička dobit	67
8.2.1.1. Definisanje pojma preduzetnička dobit	68
8.2.1.2. Definisanje rentabilnosti kao preduzetničke dobiti	71
8.2.1.3. Definisanje solventnosti preduzeća	72
8.2.1.4. Utvrđivanje praga rentabiliteta	72
8.2.1.5. Finansijski izveštaj o sredstvima i izvorima	74
8.2.1.6. Račun dobitka i gubitka	75
8.2.1.7. Izveštaj o margini sigurnosti	76
8.2.2. Preduzetni postupak optimiziranja profita	77
8.2.3. Osnovni pristup maksimizaciji profita	79
8.2.4. Menadžersko odlučivanje u uslovima neizvesnosti primenom matrice isplativosti	89
9. Preduzetno problematiziranje tržišta kapitala	86
9.1. Problematiziranje odnosa između investicija i rentabilnosti i kapitala i investicija	87
9.2. Analiza sklonosti vlasnika i menadžmenta	89
9.3. Odluka o štednji ili investiranju	90
9.4. Preduzetničko odlučivanje o zajmu	93
9.4.1. Preduzetnički slav prema riziku - oprez ili hazard?	95
9.4.2. Finansijski aspekti imovinske bilanse preduzetnika	96
9.4.3. Preduzetno optimizacije portfelja	98
9.4.4. Ocena neizvesnosti prema kriteriju očekivani prinos-rizik	100
9.5. Kako preduzeće da racionalno investira kapital?	102
9.5.1. Ulaganja kapitala	104
9.5.1.1. Struktura kapitala	104
9.5.1.2. Vrste kapitala	104
9.5.1.3. Pravila raspodele kapitala	106
9.5.1.4. Upravljanje skladištem	106

9.5.1.5.	Obrazac za analizu angažovanja kapitala	108
9.5.1.6.	Optimalno upravljanje materijalom u skladištu	108
9.5.1.7.	MPS tehnika upravljanja skladištem	110
9.5.1.8.	MRP-sistem planiranja zaliha	110
9.5.1.9.	ROP-sistem planiranja zaliha	111
9.5.1.10.	Vilsonova formula za izračunavanje optimalnog naloga	111
9.5.2.	Racionalizacija investiranja kapitala	112
9.5.3.	Pokazatelji racionalizacije kapitala	113

Drugi deo

Finansijsko odlučivanje (117)

1.	Istraživanje finansijskog tržišta	118
1.1.	Determinisanje pojma novca	118
1.1.1.	Geneza i svojstvo novca	119
1.1.2.	Funkcija i vrednost novca	120
1.1.3.	Oblici novca	121
1.1.4.	Teorija novca	122
1.1.4.1.	Teorija konvencije	123
1.1.4.2.	Kvantitativna teorija novca	123
1.1.4.3.	Robna i metalistička teorija novca	124
1.1.4.4.	Teorija funkcionalne vrednosti novca	125
1.1.4.5.	Dohodna teorija novca	125
1.2.	Tehnika analize tražnje tražnja novca	125
1.2.1.	Ciklus novca	126
1.2.2.	Definisanje pojma tražnja	126
1.2.3.	Tehnike analize tražnje	127
1.2.4.	Tražnja za novcem	129
1.3.	Ponašanje novca	129
1.3.1.	Analiza pojma novčana iluzija	129
1.3.2.	Novčana masa	132
1.4.	Prikaz novčanog tržišta	134
1.4.1.	Ocena stanja privrede i tražnje za novcem	135
1.4.2.	Ekonomski ciklusi tražnja za novcem	136
1.4.3.	Objašnjenje fenomena inflacija	136
1.4.3.1.	Kvantitativna teorija novca i cena	138
1.4.3.2.	Psihološka teorija novca	138
1.4.3.3.	Teorija stvarne kamatne stope	139
1.4.3.4.	Inflacioni efekti	139
1.5.	Istraživanje fenomena recesija	141
2.	Definisanje pojma kredit i finansijske institucije	146
2.1.	Kredit, kamate i kamatne stope	146
2.1.1.	Potrošački krediti	146
2.1.2.	Složeni kamatni račun	146

2.1.3.	Amortizacija kredita	148
2.2.	Vrste finansijskih institucija	149
2.2.1.	Centralne i emisione banke	150
2.2.2.	Komercijalne banke	151
2.2.3.	Razvojne banke	151
2.2.4.	Poslovne banke	151
2.2.5.	Štedionice	151
2.2.6.	Ostale finansijske institucije	151
2.3.	Vrste bankarskih poslova	151
2.3.1.	Pasivni bankarski poslovi	152
2.3.2.	Aktivni ili neutralni bankarski poslovi	152
2.3.3.	Sopstveni bankarski poslovi	152
2.3.4.	Trust poslovi	152
2.3.5.	Specijalni bankarski poslovi	153
2.3.6.	Depozitni (štedni) bankarski poslovi	154
2.4.	Globalizacija institucija i finansijskog poslovanja	155
3.	Metode istraživanja finansijske i tržišne pozicije privrednog društva kapitala	158
3.1.	SWOT – analiza i analiza ranjivosti organizacije	158
3.1.1.	Analiza snage i slabosti u internom okruženju	159
3.1.2.	Utvrđivanje glavnih snaga i glavnih slabosti	161
3.1.2.1.	Utvrđivanje glavnih snaga	161
3.1.2.2.	Identifikovanje glavnih slabosti	162
3.1.2.3.	Analiza ranjivosti privrednog društva kapitala	162
3.1.2.4.	Analiza organizacijske kompetentnosti	163
3.1.3.	Analiza raspoloživih resursa	164
3.2.	Trade-off analiza svih pozicija	165
3.3.	Du Pont-analiza	166
3.4.	Benchmarking analiza	169
3.4.1.	Proces praćenja aktivnosti i identifikacije tržišne pozicije konkurencije	171
3.4.2.	Analiza realnosti dosadašnje prodaje i tržišnog učešća kompanije	173
3.4.2.1.	Analiza realnosti dosadašnje prodaje	173
3.4.2.2.	Analiza dosadašnjeg tržišnog učešća	174
3.4.2.2.1.	Opšti principi marketing-strategija tržišnog učešća	174
3.4.2.2.2.	Bazična portfolio matrica „rast : tržišno učešće,„	177
3.4.2.2.3.	Analiza finansijske opravdanosti uvođenja marketing-strategije tržišnog učešća	183
3.5.	Analiza kvaliteta saradnje sa dobavljačima	185
4.	Finansijska dimenzija strategije upravljanja trgovinskim društvom	192
4.1.	Kreiranje finansijske strategije trgovinskog društva	193
4.1.1.	Povraćaj na uložena sredstva	193
4.1.2.	Planiranje, analiza i kontrola finansijskog upravljanja gotovinom	195
4.1.3.	Planiranje, analiza i kontrola finansijskog upravljanja potroživanjima od kupaca	198

4.1.4.	Planiranje, analiza i kontrola finansijskog upravljanja zalihama	199
4.1.5.	Postupak testiranja i kontrole finansijskih sredstava i profitabilnosti marketing-ulaganja	200
4.1.5.1.	Analiza pomoću praga rentabiliteta i ocena elastičnosti društva kapitala	202
4.1.5.2.	Analiza mogućnosti maksimiziranja profita	203
4.2.	Postupak utvrđivanja troškova marketinga	204
4.2.1.	Opšti pojmovi o troškovima	204
4.2.2.	Finansiranje troškova marketinga	206
4.2.3.	Planiranje i analiza troškova marketinga prema prodaji	209
5.	Primena i ocena finansijske strategije u praksi	212
5.1.	Sopstvena finansijska sredstva trgovinskog društva	212
5.2.	Finansijska ulaganja	214
5.3.	Finansijsko planiranje i kontrolisanje investicionog projekta	215
5.3.1.	Metodologija novčanih tokova	216
5.3.2.	Računovodstvena metodologija	217
5.4.	Analiza troškova finansijskih sredstava	218
5.4.1.	Dopunsko izveštavanje o tokovima sredstava	218
5.4.2.	Neto i bruto princip bilansiranja novčanih tokova	219
5.4.3.	Izveštavanje o tokovima neto obrtnih sredstava	220

Treći deo

Finansijska operativa (222)

1.	Analiza i upravljanje osnovnim sredstvima	224
1.1.	Analiza osnovnih sredstava u funkciji	224
1.1.1.	Funkcionalna analiza osnovnih sredstava u funkciji	224
1.1.2.	Linijska analiza osnovnih sredstava u funkciji	225
1.2.	Strukturalna analiza osnovnih sredstava	225
1.2.1.	Analiza pasive osnovnih sredstava	225
1.2.2.	Strukturalna analiza osnovnih sredstava	226
1.2.3.	Ekonomsko-tehnička analiza osnovnih sredstava	227
1.3.	Identifikovanje suviška i rezervi u korišćenju osnovnih sredstava	227
1.3.1.	Utvrđivanje suvišnih osnovnih sredstava	227
1.3.2.	Utvrđivanje rezervi u korišćenju proizvodnih kapaciteta	229
1.3.3.	Rezerve u korišćenju proizvodnih kapaciteta i ekonomski optimum	229
1.4.	Analiza efektivnosti korišćenja osnovnih sredstava	231
1.4.1.	Analiza oscilatornih odstupanja od optimuma u korišćenju kapaciteta	231
1.4.2.	Analiza efektivnosti korišćenja osnovnih sredstava	232
1.5.	Analiza amortizacije	233
1.6.	Analiza investicija u toku	233
2.	Finansijski aspekti obrtnih sredstava	236
2.1.	Analiza nivoa investicione aktivnosti u osnovna sredstva i reprodukcioni potencijal	236
2.2.	Račun potreba obrtnih sredstava	237
2.3.	Dinamika angažovanja obrtnih sredstava	238
2.4.	Analiza izvora obrtnih sredstava	241

3. Finansijski aspekti mešovitog poslovanja	242
3.1. Finansijski aspekti organizovanja mešovitih preduzeća	242
3.2. Finansijski odnosi mešovitog preduzeća	243
4. Formiranje kapitala i određivanje cene	245
4.1. Formiranje kapitala	245
4.2. Privlačenje svežeg kapitala	246
4.3. Finansijska analiza	247

Četvrti deo

Finansijsko planiranje (250)

1. Identifikovanje područja delovanja finansijske poslovne funkcije	251
2. Kriterijumi i područja savremenog odlučivanja o poslovanju	255
2.1. Strategijske odluke u području upravljanja tržišnim poslovanjem	255
2.1.1. Utvrđivanje strukture i karakteristika ciljeva i zadataka tržišnog poslovanja	258
2.1.2. Finansijska operacionalizacija ponašanja preduzetnika	260
2.2. Proces optimizacije menadžerskog marketing-miksa	263
2.3. Optimizacija alokacije marketinga na različita ciljna tržišta	267
2.4. Priroda strategijskog planiranja marketinga	269
2.4.1. Upravljanje strategijskom pozicijom	271
2.4.2. Upravljanje strategijskim problemima	271
2.4.3. Upravljanje na bazi „slabih signala, i „iznenađenja,„	272
2.5. Operativno i taktičko marketing planiranje sa kreiranjem finansijskog budžeta	272
2.5.1. Opšti principi marketing-plana i finansijskog budžeta za potrebe tržišnog poslovanja	272
2.5.2. Operativno planiranje	276

Peti deo

Finansijska kontrola i revizija (279)

1. Kontrola konflikata	280
1.1. Konflikti između nabavne, finansijske i marketing funkcije i načini njihovog rešavanja	280
1.2. Konflikti između finansijske i marketing funkcije i načini njihovog rešavanja	280
1.3. Upravljanje konfliktima u organizacionoj strukturi	282
2. Revizija uvođenjem promena u organizacionu strukturu	284
Literatura	286