

Sadržaj

Prvi deo

Tehnološka predviđanja (1)

	Svrha naučnog predviđanja tehnoloških promena	2
1.	Determinante tehnoloških predviđanja	4
2.	Paradigme koje su menjale svet	9
2.1.	Faze razvoja tehnologije	9
2.2.	Faze i ciklusi razvoja industrije	12
2.3.	Transformacijske faze u razvoju industrije	13
2.4.	Karakteristike treće tehnološke revolucije	17
2.5.	Karakteristike i strategije savremenog tehnološkog razvoja	21
3.	Problemi predviđanja s naglaskom na predviđanja tehnoloških promena	25
3.1.	Teorijske premise predviđanja	27
3.2.	Značaj tržišnih predviđanja za potrebe tehnoloških predviđanja	28
3.3.	Vremenska dimenzija predviđanja	29
3.4.	Problemiziranje metoda predviđanja	30
3.5.	Osnovna polazišta primene tehnoloških predviđanja	33
4.	Hipoteze na kojim se baziraju predviđanja tehnoloških promena	34
4.1.	Identifikovanje sistema naučnih otkrića	34
4.2.	Identifikovanje promena od kojih se očekuje da utiču na promene tehnologije i ekonomije	36
4.3.	Osnova i ciljevi tehnoloških predviđanja	38
4.4.	Identifikovanje faza životnog ciklusa tehnologije	38
5.	Opšti uslovi tehnološkog predviđanja	38
5.1.	Opšte karakteristike novih tehnologija kao teorijskih determinanti tehnološkog predviđanja	42
5.2.	Opšte karakteristike novog proizvodnog menadžmenta kao teorijskih determinanti tehnološkog predviđanja	42
6.	Problemi izbora metoda tehnološkog predviđanja	43
7.	Problem nadoknađanja tehnološkog kašnjenja za razvijenim	44
7.1.	Identifikovanje suštine razvojnih faza tokom XX. veka	44
7.2.	Identifikovanje savremenih karakteristika strukturnih promena u industrijski razvijenim zemljama	46
7.3.	Razlozi koji upućuju na determinisanje novog nacionalnog strateškog područja poslovanja	48
8.	Kategorijski sistem iz područja tehnoloških istraživanja	49
8.1.	Definisanje pojmova nauka, istraživanje i razvoj	49
8.2.	Objašnjenje pojma naučno istraživanje i razvoj	54
8.3.	Logički naučni postupci i metode	59
8.3.1.	Naučni postupci – opis (deskripcija), objašnjenje (eksplanacija) i predviđanje (predikacija)	60
8.3.2.	Naučno otkriće i dokaz	62
8.3.3.	Naučno istraživanje i izlaganje nauke	64
8.3.4.	Utvrđivanje problema, postavljanje hipoteza i verifikacija	65

1.	Značaj istraživanja koncepta razvoja tržišta za potrebe tehnološkog predviđanja	68
2.	Metode objektivne procene razvoja tehnoloških promena	74
	2.1 Brainstorming metoda 76	
	2.2. Metoda simulacija 78	
3.	Predviđanje područja poslovanja sa utvrđivanjem područja tržišnog potencijala za potrebe strateškog predviđanja tehnologije	79
	3.1 Definisanje područja tržišnog potencijala 79	
	3.2. Predviđanje za potrebe projektovanja razvojno usmerene organizacije 85	
	3.3. Klasifikacija tehnologije 87	
	3.4. Karakteristike tehnološkog sistema 89	
	3.5. Upravljanje tehnologijom i ocena efikasnosti tehnološkog sistema 92	
	3.6. Metode predviđanja za potrebe razvoja bazne tehnologije 97	
	3.6.1. Problemi koji se ne mogu rešiti u okviru vladajuće bazne tehnologije 99	
	3.6.2. Znanja potrebna za razvoj nove tehnologije 100	
	3.6.3. Razvojne potrebe s obzirom na dominantni kulturno-civilizacijski sistem 100	
	3.6.4. Kriterijumi koji iskazuju vladajući društveno-ekonomski sistem 101	
	3.6.5. Uslovi koji izražavaju (ne)podesnost – (ne)zrelost za prihvatanje nove bazne tehnologije 102	
4.	Istraživanja potencijala odabrane tržišne sredine za potrebe tehnoloških predviđanja	104
	4.1. Strateška razvojna područja okruženja koje će determinisati buduću strategiju tehnološkog razvoja preduzeća 104	
	4.2. Identifikovanje područja tehnoloških promena koje determinišu buduću strategiju tehnološkog razvoja preduzeća 108	
	4.3. Konjunkturna istraživanja sa istraživanjem prodaje novih proizvoda za potrebe tehnoloških predviđanja 110	
	4.4. Medusektorska ili input-output analiza 112	
	4.5. Cost-benefit analiza javnih investicionih projekata 115	
	4.6. Metoda scenarija 118	
	4.7. Teorija strateških igara ili konfliktnih situacija 119	
5.	Metode tehnoloških predviđanja ispitivanjem i upoređivanjem	122
	5.1. Delti metod predviđanja ispitivanjem 122	
	5.2. Metoda predviđanja analognim upoređivanjem 123	
	5.3. Utopija metod tehnoloških predviđanja 123	
6.	Statističko-matematičke metode tehnoloških predviđanja	124
	6.1. Morfološka analiza 124	
	6.2. Ekstrapolacija vremenskih serija 124	
	6.3. Metod krive iskustva 125	
	6.4. Operaciona istraživanje, metode i modeli 127	
7.	Analiza tehnološkog jaza (gepa)	128
	Metodi normativnog tehnološkog predviđanja	130
1.	Matrice horizontalnog odlučivanja	131
2.	Metodi operacionih istraživanja	136
	2.1. Linearno programiranje 139	
	2.2. Planiranje resursa preduzeća pomoću mreže 140	
	2.3. Gantov dijagram 141	
	2.4. Metoda planiranja glavnih događaja 142	
	2.5. Metoda planiranja, ocenjivanja i revizije programa 142	
	2.6. Grafičko planiranje metodom kritičnog puta 145	
3.	Stablo odlučivanja, evaluacije, selekcije i PATTERN-metoda	145

3.1.	Metoda stablo odlučivanja u pripremi razvojne odluke	145
3.2.	PATTERN-metoda tehnološkog predviđanja	155
3.2.1.	Postupak razvijanja stabla značajnosti	155
3.2.2.	Postupak ustanovljavanja skupa kriterijuma i utvrđivanje težinskih koeficijenata	158
3.2.3.	Postupak utvrđivanja parcijalnog broja značajnosti	161
3.2.4.	AHP – metoda selekcije tehnologije	161
3.2.5.	TEM – metoda strateške evaluacije tehnologije	163
4.	Operacioni modeli	166
4.1.	Modeli zamene	166
4.2.	Tehnološki moduli	167
4.3.	Modeli kooperacije	167
4.4.	Modeli lokacije	168
5.	Analiza tehnološkog sistema	168
5.1.	ADL-portfolio matrica	168
5.2.	Tehnološki portfolio koncept i elementi upravljanja tehnologijom	169
5.3.	Shell-portfolio matrica konkurentne pozicije	171
5.4.	McKensey & GE metoda	172
6.	BCG portfolio matrice	174
6.1.	Bazična portfolio matrica „rast i tržišno učešće.“	174
6.2.	Modifikovani BCG-portfolio koncept	179
6.3.	Cluster i SPACE analiza strategijske pozicije	182
7.	Primena ekspertnih sistema u strateškom upravljanju tehnologijom	184
	Literatura	192

Drugi deo

Inovativno preduzetništvo (195)

	Determinisanje pojmova iz područja inovativnog preduzetništva sa orijentacijom na ispitivanje uloge pojedinaca i države u razvoju	203
1.	Identifikovanje faktora koji su izmenili kulturno-civilizacijske vrednosne orijentacije	203
1.1.	Nastanak liberalnog kapitalizma i uloga protestantizma u razvoju tržišne privrede i preduzetništva	203
1.2.	Pojava prvih preduzetnika i Kondratijevi ciklusi	205
1.3.	Uloga preduzeća (preduzetničkog društva) u tržišnoj privredi	209
2.	Preduzetništvo i preduzimač	211
2.1.	Definisanje pojmova preduzetništvo i preduzimač	211
2.2.	Razvoj teorije preduzetništva	216
2.3.	Istorijska dimenzija suštine preduzetništva i preduzetnika	217
2.4.	Karakteristike preduzetništva i preduzetnika	220
2.4.1.	Opšte karakteristike preduzetnika	221
2.4.2.	Specifične karakteristike malih preduzetnika	226
2.4.3.	Karakteristične razlike između menadžera, preduzimaca i preduzetnika	226
2.5.	Proces preduzetništva	229
2.6.	Modeli preduzetničkih aktivnosti	230
2.7.	Škole inovativnog preduzetništva	232
2.8.	Poslovni ambijent, preduzetnički milje i preduzetnička kreativno-stvaralačka kultura	236
2.9.	Preduzetničko-menadžersko ponašanje žena	245
3.	Uloga države u razvoju preduzetništva	248
3.1.	Aktualizacija uloge države u razvoju porodičnog i ličnog preduzetništva	248
3.2.	Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkoj ekonomiji	251
3.3.	Utvrđivanje makroekonomske politike razvoja malih, porodičnih i srednjih preduzeća	253

4.	Istorijsko nasleđeno okruženje i razvoj sopstvene potrebe za kreiranjem nacionalnih osećanja za inovativnim preduzetništvom	258
5.	Respektovanje savremene ekonomske i političke prakse	267

Determinisanje ekonomsko-finansijskih pojmova koji se odnose na inovativno preduzetništvo

1.	Determinisanje ekonomskih pojmova	268
1.1.	Determinisanje poslovnih pojmova makro i mikroekonomije	268
1.2.	Objašnjenje pojma poslovni uspeh	271
1.3.	Objašnjenje pojma produktivnost	272
1.4.	Objašnjenje pojma ekonomičnost	273
1.5.	Objašnjenje pojma rentabilnost	275
1.6.	Objašnjenje pojma preduzetnička dobit (profit)	276
2.	Objašnjenje poslovnog-finansijske analize preduzeća pomoću koeficijenata	279
2.1.	Utvrđivanje interne likvidnosti – solventnosti	280
2.2.	Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	281
2.3.	Analiza rentabilnosti	282
2.4.	Analiza preduzetničke dobiti	283
2.5.	Analiza poslovne ekspanzije	284
2.6.	Utvrđivanje eksterne likvidnosti	284

Proces kreiranja super atraktivnog poslovnog ambijenta i preduzetničkog stvaralačko-kreativnog ambijenta

1.	Osnove teorije stvaralaštva	287
2.	Kriterijumi stvaralaštva i funkcija stvaralaštva u oblikovanju i reoblikovanju	292
3.	Postupak razvijanja kreativnog mišljenja	293
4.	Objašnjenje pojmova meta-marketing i hi-tech – marketing	297
5.	Postupci inovativnog preduzetništva	300
5.1.	Principi i proces inovacije	300
5.2.	Tipologija inovacija	301
5.3.	Izvori inovacija	302
5.4.	Inovacije kao kontinuelni proces tehnoloških promena	303
5.4.1.	Tehnološke inovacije	305
5.4.2.	Klasifikacija inovacija	306
5.4.3.	Difuzija inovacija	307
5.5.	Inovacijski problemi kod istraživanja i razvoja novog proizvoda	308

Determinisanje preduzetništva i preduzeća sa faktorima koji omogućuju kreiranje preduzetničke ekonomije

1.	Poslovno okruženje koje karakteriše preduzetničku ekonomiju	320
2.	Resursi koji determinišu razvoj preduzetništva	324
3.	Ograničenja koja determinišu preduzetništvo	325
4.	Rasprava o nekim dilemama o porodičnim, malim i srednjim preduzećima	332

Objašnjenje pojma sursdışhodna preduzetnička inovacija

1.	Izvori inovacija u okviru organizacije	337
1.1.	Neočekivani rezultati kao šansa	338
1.2.	Nepodudarnost između stvarnosti i onog što bi moglo biti i onog što bi trebalo da bude	338
1.3.	Nepodudarnost ekonomske realnosti	339

1.4	Nepodudarnost između realnosti i pretpostavki o njoj	340
1.5	Nepodudarnost između opaženih i stvarnih vrednosti i očekivanja potrošača	351
1.6	Inovacije bazirane na nepodudarnosti procesa	353
2.	Izvori inovacija izvan organizacije	354
2.1.	Nepodudarnosti zbog promena u strukturi privrede i tržišta	354
2.2.	Nepodudarnosti usled promena u demografskoj strukturi	355
2.3.	Nepodudarnosti između postojećeg i novog znanja	356

Opšti principi preduzetničkog menadžmenta 358

1.	Problematiziranje otvorenih pitanja preduzetništva u vezi sa našom stvarnošću	359
1.1.	Preduzetništvo pravoslavna pitoost i dvočlčnost	359
1.2.	Preduzetništvo i osećanje za kolektivizam i druželjubivost	359
1.3.	Preduzetništvo i nacionalna duhovnost	363
1.4.	Preduzetništvo i balkanski psihološko-moralni tipovi	369
1.4.1.	Psihičko-moralne karakteristike dinarskog tipa	370
1.4.2.	Psihičke karakteristike centralnog tipa slovenskog stanovništva	372
2.	Istraživanje preduzetničkih i menadžerskih osobina i prikaz homeopatskih tipova	374
2.1.	homeopatski tipovi	374
2.1.1.	Balkanski (Nux vomica) homeopatski preduzetnički tipovi	376
2.1.2.	Formalni preduzetnici	377
2.2.	Menadžerska tipologija	378
2.2.1.	Reference savremene prakse	378
2.2.2.	Osnovni tipovi menadžera	380

Osnivanje i oblici preduzetničkog društva 387

1.	Normativno i ekonomsko determinisanje poja preduzetno društvo	387
1.1.	Objašnjenje pojmova	387
1.2.	Objašnjenje preduzetnih normativnih oblika	389
2.	Poslovne funkcije preduzetničkog društva	394
3.	Pretpostavke uspešnosti preduzetničkog društva	398
4.	Životni ciklusi preduzetničkog društva	401
4.1.	Faze životnog ciklusa preduzetničkog društva	401
4.1.1.	Faza konstituisanja preduzeća	403
4.1.1.1.	Faza razvijanja nove poslovne ideje	404
4.1.1.2.	Faza razvijanja preduzetnog (business) plana	405
4.1.2.	Faza konsolidovanja preduzeća	407
4.1.2.1.	Trade-off analiza svih pozicija	408
4.1.2.2.	SWOT-analiza snage i slabosti u internom i šanse i prepreke u spoljašnjem okruženju	409
4.1.2.3.	Benchmarking-sistem analiza konkurentne pozicije u odnosu na najboljeg konkurenta	415
4.1.3.	Faza konkurencije na tržištu	423
4.1.4.	Faza konkurentnosti preduzeća na tržištu	424
4.1.5.	Faza kompetentnosti preduzeća	425
4.1.6.	Faza kooptacije – preuzimanja slabih i propalih preduzeća	428
4.1.7.	Faza kapitulacije preduzeće – kooptacija preduzeća o boljeg preduzeća	428
4.2.	Preduzetnički motivi i koncept preduzeća	429
5.	Simptomi i uzročnici krize firme i postupci izvođenja iz krize	430
5.1.	Simptomi i uzročnici krize preduzeća	432
5.2.	Faze oporavka preduzeća u krizi	434

5.3	Elementi strategija preduzeća u krizi	435
5.4	Elementi strategija marketinga preduzeća u krizi	437
6	Transakciona analiza ponašanja preduzetnika i preduzeća	438
6.1	Neoklasična teorija rasta preduzeća	439
6.2	Postkejnzejijanska ekonomska teorija rasta preduzeća	440
6.3	Transakcijske paradigme preduzeća u okruženju	444
6.4	Analiza preduzetničke mreže	446
6.5	Marketing implikacije transakcije paradigme preduzeća	447
6.6	Kreiranje preduzetnog miljea koji privlači kapital	448
6.7	Globalno tržište, marketing i preduzetništvo	451

Analiza preduzetno-meniđerske sklonosti kod ulaganja

1.	Analiza sklonosti vlasnika i meniđmenta	452
2.	Odluka o štenji ili investiranju	454
3.	Preduzetno odlučivanje o zajmu	457
4.	Preduzetno optimiziranje portfelja	459
5.	Preduzetnikova ocena neizvesnosti i rizika	461
5.1	Funkcionisanje finansijske berze	461
5.2	Ocena neizvesnosti po kriteriju očekivani prinos-rizik	463

Prilog 1:	Rezime poslovnog projekta (business plana)	465
-----------	--	-----

Prilog 2:	Struktura poslovnog plana	466
-----------	---------------------------	-----

Literatura		468
------------	--	-----