

Sadržaj

Uvodna objašnjenja pojmova kriza i načina izlaska iz krize

Prvi deo

Kriza globalnog društveno-političkog sistema (I)

Problematiziranje globalnog društvenog sistema	2
Filosofski i društveni okvir izvora krize	6
❖ Ontologija - učenje o svetu	6
➢ Učenje o postojanju sveta	6
➢ Shvatanje vremena i prostora	7
➢ Realni svet Trojedinog	8
▪ Materija	8
▪ Energija	9
▪ Duh	10
➢ Činilci duha	12
➢ Slavenski i srpski duh	14
➢ Istorijski smisao tumačenja civilizacija	16
➢ (Raz) um	18
➢ Volja (cilj, motiv, motivacija)	20
➢ Osećanje (čuvstvo)	23
❖ Glavni zakoni koji vladaju svetom	25
➢ Zakon održavanja sveta	27
➢ Zakon uzročnosti i slobode	28
➢ Zakon privlačenja i odbijanja	28
➢ Zakon (ne)ravnoteže	30
➢ Zakon (ne)reda i (beš)poretka	30
➢ Zakon (ne)sklada	31
➢ Zakon razvoja sveta	31
❖ Aksiologija - učenje o vrednostima sveta	32
➢ Norme ponašanja	33
▪ Običaji	34
▪ Moral	37
▪ Pravo i zakon	38
➢ Vrednosni sistemi i vrednosne orijentacije	40
▪ Istina	41
▪ Pravda	42
▪ Sloboda	43
▪ Red (poredak)	46
▪ Mir	46
▪ Ljudsko dostojanstvo	48
▪ Umetnost (lepo)	48
➢ Nevrednosti	49
▪ Zlo	49
▪ Smrt	50

➤ Gneseologija - učenje o saznanju sveta	50
▪ Apriorno saznanje	51
▪ Saznajna moć čoveka	52
▪ Saznanje o postojanju svojeg Ja	52
Objašnjenje pojmova društvo i demokratija, država i pravo	54
❖ Definisanje pojma društvo	54
❖ Globalni društveni kategorijalni sistem	56
➤ Specifičnosti političkog okruženja	57
➤ Specifičnosti ekonomskog okruženja	59
➤ Pitanja u vezi kreiranja pozitivnog marketing okruženja	61
❖ Determinisanje pojma demokratija	64
➤ Obeležja, vrednosti, procedure i uslovi demokratije	66
➤ Objašnjenje pojma politička tolerancija	70
➤ Objašnjenje pojma odnosi i politički interesi	72
❖ Filozofija države i prava	78
➤ Postanak države i prava	79
➤ Ontološko objašnjenje države i prava	81
➤ Pojam i istorijski razvoj države i prava	85
➤ Država i savremeno društvo	86
➤ Država blagostanja ili totalitarizma	87
➤ Američki državni pragmatizam	88
➤ Nove tendencije u razvoju države	89
▪ Osavremene države revolucije	90
▪ Procesi odumiranja države blagostanja	90
➤ Oblici države i prava	91
Filosofija, aksiologija i gneseologija ljudskih prava i sloboda	93
❖ Filosofija prava i sloboda	93
❖ Filosofija pravne države (vladavina prava)	94
❖ Aksiologija prava pravne države	97
➤ Ocena kvaliteta usluga države	98
➤ Kriterijumi ocene kvaliteta državne uprave	99
❖ Gneseologija prava	101
❖ Otvorena pitanja socio-psiholoških poremećaja	103
➤ Filosofija balkanske i srpske palanke	103
▪ Stil palanke i palančana	104
▪ Duh balkanske palanke i palančana	105
▪ Realizam kao filosofija palanke	107
▪ Tradicionalizam kao filosofija palanke	109
➤ Balkanski i srpski narcizmi, nacionalizmi i nacizmi	110
Paradigme, okviri i okruženje za razvoj preduzetništva	114
❖ Identifikovanje faktora koji su izmenili kulturno-civilizacijske vrednosti	114
❖ Gde smo i šta će biti s nama?	117
❖ Uloga preduzeća u tržišnoj privredi	122
❖ Očekivane društvene reforme	124
❖ Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta	131

Identifikovanje grešaka zbog kojih dolazi do propadanja organizacija i rešavanje nastale krize sistema	133
❖ Identifikovanje grešaka	133
❖ Proces rešavanja psihopatologije sistema	141
Literatura 146 – 147	

Drugi deo

Mikro aspekti krize (148)

Proces istraživanja tržišta i marketinga u uslovima krize	149
❖ Istraživanje marketinga i marketing odlučivanje	149
❖ Analiza marketing situacije	151
➢ Marketing metode analiza situacije	152
➢ SWOT-analiza	155
▪ Analiza snage i slabosti u internom okruženju	155
▪ Utvrđivanje glavnih snaga i glavnih slabosti	156
▪ Analiza resursa	158
▪ Analiza šansi i prepreka u spoljašnjem okruženju	158
➢ Du Pont-analiza	160
❖ Nelormalna istraživanja marketinga	162
❖ Analiza po kriteriju atraktivnost-snaga kompanije na tržištu	163
❖ Analiza konkurentске pozicije kompanije	165
❖ Analiza i kontrola životnog ciklusa kompanije	166
❖ Analiza realnosti dosadašnje prodaje kompanije	167
❖ Analiza dosadašnjeg tržišnog učešća	168
➢ Opšti principi marketing-strategije tržišnog učešća	168
➢ Bazična portfolio matrica „rast : tržišno učešće,,	170
➢ Analiza opravdanosti uvođenja strategije tržišno učešće	173
❖ Metode nebudžetske analize i kontrole tržišnih programa	175
➢ Kriva iskustva	175
➢ Analiza jaza (gepa)	177
➢ Povratne sprege, kontrola i revizija poslovanja strateških jedinica	178
❖ Ocena finansijskih aspekata	179
➢ Finansijska sredstva preduzeća	179
➢ Finansijska ulaganja	180
➢ Finansijski aspekti rentabilnosti	180
➢ Finansijsko planiranje i kontrolisanje investicionih projekata	183
▪ Metodologija novčanih tokova	183
▪ Računovodstvena metodologija	184
➢ Analiza tokova finansijskih sredstava	185
▪ Dopunsko izveštavanje o tokovima sredstava	185
▪ Neto- i bruto princip bilansiranja novčanih tokova	186
▪ Izveštavanje o tokovima neto obrtnih sredstava	187
➢ Analiza bilansa stanja i bilansa uspeha	188
▪ Analiza bilansa stanja	188
▪ Analiza bilansa uspeha	190

▪	Analiza bilansa plaćanja	192
▪	Presecanje bilansa stanja i bilansa uspeha	193
➤	Merenje poslovnih efekata i rizika finansijskim leverage-om	195
➤	Analiza strukture kapitala	197
▪	Tradicionalna teorija analize strukture kapitala	197
▪	Modigliani-Millerova teorija analize strukture kapitala	199
➤	Oцена kvaliteta ekonomije preduzeća	201
➤	Poslovno-finansijska analiza pomoću koeficijenata	203
▪	Utvrđivanje interne likvidnosti - solventnosti	204
▪	Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	204
▪	Analiza rentabilnosti	205
▪	Analiza rizika	206
▪	Analiza poslovne ekspanzije	207
▪	Utvrđivanje eksterne likvidnosti	207
❖	Postupak kontrole marketing-strategija	208
➤	Oцена efikasnosti marketinga	209
➤	Provera marketinga	210
➤	Nalazi i preporuke marketing-kontrole	211
	Istraživanja za potrebe planiranja poslesankcijske i posleratne revizalizacije i obnove	213
❖	Analiza kulture i etičnosti kompanije	213
➤	Problematiziranje stvarnosti koja nas unesrećuje	213
➤	Analiza korporativne socijalne odgovornosti	214
➤	Analiza korporativne etičke odgovornosti	216
❖	Strategijsko planiranje poslesankcijske i posleratne obnove	218
❖	Istraživanje za potrebe uvođenja antimonopolskih mera	221
	Ponašanje potrošača u uslovima inflacije, recesije i nestašica	223
❖	Problematiziranje inflacije	223
➤	Istraživanja za potrebe uvođenja antiinflacione ekonomske politike	223
➤	Reakcija potrošača u uslovima nestašica na tržištu	224
➤	Ponašanje potrošača u uslovima inflacije	225
❖	Ponašanje potrošača u uslovima recesije	227
❖	Istraživanja stagflacije i anticipiranje inflacije	230
❖	Istraživanja za potrebe ekonomske politike antiinflacije i dezinflacije	231
➤	Antiinflaciona ekonomska politika	231
➤	Dezinflaciona ekonomska politika	232
➤	Alternativne ekonomske politike	232
➤	Ekonomska politika liberalizacije	233
	Strategije marketinga u uslovima ekonomskih kriza	234
❖	Strategije u uslovima nestašica	235
➤	Ponašanje kupaca i preduzetnika u uslovima nestašica	235
➤	Marketing-miks kupaca u uslovima nestašica	239
❖	Strategija u uslovima inflacije	242
❖	Strategije u uslovima recesije	246
	Inovativno preduzetništvo i inovativna organizacija kao izlaz iz postojeće krize	250
❖	Kreiranje stvaralačke atmosfere	250
➤	Osnove teorije stvaralaštva	250
➤	Kriterijumi stvaralaštva	254

➤ Funkcija stvaralaštva u oblikovanju i reoblikovanju	254
➤ Objašnjenje pojmova meta i hi-tech-marketing	254
➤ Determnisanje pojmova preduzetništvo i preduzeće	257
➤ Opšti principi preduzetnog menadžementa	259
➤ Razvoj naučne misli o menadžmentu	260
➤ Paradigme savremenog preduzetnog menadžmenta	261
➤ Proces preduzetnog menadžmenta	262
➤ Procesi transformacije preduzetničkog u menadžersku organizaciju sa internacionalizovanjem države, privrede i firme	265
➤ Prelaz iz preduzetnog u menadžersko društvo kapitala	265
• Definisane preduzetne u odnosu na menadžersku organizaciju	266
• Prelaz preduzetne u menadžersku organizaciju kapitala	267
➤ Opšti principi internacionalizovanja	269
➤ Stapani internacionalizovanja preduzeća	271
➤ Istraživanje preduzetničkog društva kapitala	275
➤ Poslovne funkcije preduzetničkog društva	275
➤ Pretpostavke uspešnosti preduzetničkog društva	277
➤ Istraživanje živognog ciklusa preduzetničkog društva kapitala	279
• Faze živognog ciklusa preduzetničkog društva	280
• Faza konstituisanja	282
• Razvijanje nove poslovne ideje	282
• Razvijanje poslovnog (business) plana	283
• Faza konsolidovanja	285
• Faza konkurencije	286
• Faza konkurentnosti	287
• Faza kompetentnosti	288
• Faza konceptije	290
• Faza kapitulacije	290
• Preduzetnički motivi i koncepti preduzeća	291
➤ Simptomi i uzročnici krize firme	292
➤ Postupak psihološkog oporavka preduzeća u krizi	295
➤ Analiza konflikata među ličnostima	295
• Ocena značaja konflikata u savremenoj organizaciji	297
• Varijante konflikata i konfliktnih situacija	297
• Psihološki izvori konflikata	300
• Posledice konfliktnih situacija u organizaciji	302
• Metode analize interpersonalnih konflikata	303
• Transakciona analiza	303
• Analiza dinamike interpersonalnog ponašanja	304
➤ Nastajanje i rešavanje stresnih situacija	305
• Uloga pojedinaca i rad u grupama	305
• Identifikovanje uzroka profesionalnog sagorevanja	311
➤ Upravljanje stresom	314
➤ Rešavanje psihopatologije grupe i organizacionog sistema	315
➤ Kreiranje modela oporavka preduzeća u krizi	320
➤ Faze oporavka preduzeća u krizi	320
➤ Elementi strategija preduzeća u krizi	321
➤ Elementi strategija marketinga preduzeća u krizi	323

➤ Respektovanje principa transakcijske ekonomije i savremene strategije rasta preduzeća	323
▪ Neoklasična teorija rasta preduzeća	324
▪ Postkejnzijanska ekonomska teorija rasta preduzeća	324
▪ Transakcione paradigme preduzeća o okruženju	326
▪ Analiza preduzetničke mreže	328
▪ Marketing implikacije transakcijske paradigme preduzeća	329
▪ Kreiranje miljea koji privlači kapital	330
▪ Globalno tržište, marketing i preduzetništvo	331

Literatura 332 - 333

Treći deo

Pledoaje srpskoj javnosti o strategiji razrešenja konflikta (334)

Problemiziranje otvorenih pitanja i problemi	335
❖ Šanse procesa globalizacije	335
❖ Opasnosti zbog neznanja i nerazumevanja	336
Analiza stanja resursa, zaključci i preporuke	339
❖ Determinisanje prirodnih resursa	339
❖ Osnovni principi modela revitalizacije, obnove i razvoja	341
➤ Problemiziranje globalnog društvenog sistema	341
➤ Projektovanje političkog sistema	342
➤ Zaključak i preporuke	343

Treću dei

Oblici rešavanja krize preduzeća (346)

Analiza oblika konflikata u preduzeću	347
❖ Portfolio konflikta	347
❖ Koordinacija marketing funkcije sa ostalim funkcijama preduzeća	348
➤ Konflikti između istraživanja i razvoja i marketinga	349
➤ Konflikti između nabavne i marketing funkcije	350
➤ Konflikti između proizvodne i marketing funkcije	351
➤ Konflikti između finansijske i marketing funkcije	352
❖ Značaj marketing funkcije u organizacionoj strukturi	353
❖ Prilagođavanje organizacione strukture	354
❖ Upravljanje konfliktima	355
❖ Strategije izlaska iz krize	356
Postupak implementacije marketinga u sistem organizacije preduzeća	357
❖ Učiti se od onih koji su uspeli rešiti krizu	357
❖ Uvođenje promena u organizacionu strukturu	361
❖ Funkcionisanje marketing-organizacije preduzeća	362
Oblici rešavanja konflikata na nivou preduzeća sa procesom transformacije proizvodno-prodajnog u tržišno orijentisano preduzeće	364
❖ Uvođenje marketing-proces transformisanja proizvodno-prodajnog u poslovno (marketing) korporativno društvo	364
❖ Preduzetničko društvo treba da ima ključnog čoveka	365
❖ Ciljevi i zadaci marketing-grupe	366

• Ako se ide, angažuje se marketing-konzultant	366
• Osnivanje marketing-odelenja	367
• Uspehi mogu da ostvare samo dobro obrazovani i motivisani kadrovi	369
• Razvijanje nove strategije odabiranja marketing kadrova	370
• Treniranje zaposlenih za nove odnose u procesu kreiranja, proizvodnje i isporuke	373
• Talenti koji razumeju potrošače napred, ostali stoj	373
• Razvijanje marketing odnosa	375
• Kontrola postignutih promena	377