

# Snage i slabosti Republike Srpske sa ocenom modela strategije društveno-ekonomskog održivog razvoja

## Snage i slabosti Republike Srpske (2)

Analiza snage i slabosti Republike Srpske u internom okruženju	2
• Analiza glavnih slabosti Republike Srpske	3
• Glavne snage Republike Srpske	4
Utvrđivanje glavnih snaga i glavnih slabosti Republike Srpske	6
• Utvrđivanje glavnih snaga Republike Srpske	7
• Utvrđivanje glavnih slabosti Republike Srpske	8

## Identifikacija raspoloživih prirodnih resursa Republike Srpske (15)

Identifikacija resursa koji omogućuju razvoj preduzetništva	15
Prirodni resursi	16
Ljudski resursi	20

## Identifikovanje problema i ograničenja sa izborom alternativnih rešenja (24)

Identifikovanje problema	26
Alternativni izbori rešenja	32
• Model rigidnog ubrzanog trošenja prirodnih resursa-bez rasta i strategije održivog razvoja	34
• Model usporenog trošenja prirodnih resursa i prividnog rasta i strategije održivog razvoja	35
• Model građanskog demokratskog društva, savremene i otvorene tržišne privrede sa strategijom održivog razvoja	36
o Sidra budućeg srpskog demokratskog društva i otvorene	
o Iržišne privrede održivog razvoja	36
o Osnovne premise strategije demokratskog društva i otvorene privrede	40
• Ključni problemi izbora metoda promena, tranzicije i sveobuhvatnih reformi	46
Problemi koji ograničavaju kreiranje održivog socijalno-ekonomskog razvoja i opstojnosti Republike Srpske	47
• Negativne istorijske prepreke demokratskom ustrojstvu srpskog društva	49
• Paradigme koje su uzrokovale raspade državnih zajednica Južnih Slovena i neslovena	50

• Interesi Zapada u odnosu na ciljeve i interese srpskog naroda	55
• Identifikovanje elemenata oporavka i održivog razvoja bosansko-hercegovačkog prostora	58
○ Ocena projekta – jedinstvena BiH	59
○ Ocena projekta – dostizanje standarda Zapadne Evrope	63
○ Ocena projekta – oponašanje vrednosti Zapadne Evrope	64
○ Ocena projekta – etnicistička država s državnom privredom ili demokratsko društvo s privatnom privredom	66

#### Drugi deo

### Utvrđivanje poslovnih potencijala i uslova poslovanja preduzetnika (70)

#### Vrste potencijala i uslovi poslovanja preduzetnika 72

Potencijali preduzeća	72
Preduzetnički potencijali i uslovi poslovanja preduzeća	78

### Poslovno-finansijska analiza poslovanja preduzeća pomoću koeficijenata (82)

Utvrđivanje interne likvidnosti – solventnosti	83
Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	84
Analiza rentabilnosti	85
Analiza preduzetničkih rizika	86
Analiza reprodukovanja angažovanih sredstava i poslovne ekspanzije	87
Utvrđivanje eksterne likvidnosti	88

### Metode analize poslovanja preduzeća (90)

Analiza marketing situacije	92
• Marketing metoda analiza situacije	92
• SWOT-analiza	95
○ Analiza snage i slabosti u internom okruženju	96
○ Utvrđivanje glavnih snaga i glavnih slabosti	97
○ Analiza resursa	99
○ Analiza šansi i prepreka u spoljašnjem okruženju	99
• Du Pont-analiza	101
• Trade-off analiza svih pozicija	103
• Benchmarking analiza kao strateški alat menadžmenta	104
• Neformalno istraživanje marketinga	107
• Analiza po kriteriju atraktivnost-snaga kompanije na tržištu	108
• Analiza konkurentske pozicije kompanije	110
• Analiza i kontrola životnog ciklusa kompanije	111
• Analiza realnosti dosadašnje prodaje kompanije	112

• Analiza dosadašnjeg tržišnog učešća	113
o Opšti principi marketing-strategije tržišnog učešća	113
o Bazična portfolio matrica „rast:tržišno učešće„	115
o Analiza opravdanosti uvođenja marketing-strategije tržišnog učešća	120
o Definisane zadatke prodaje	121
o Šanse unapređenja prodaje	122
Metode nebudžetske analize	123
• Ganttov dijagram	124
• Metoda glavnih događaja	124
• Metoda ocenjivanja i revizije programa	125
• Kriva iskustva	126
• Analiza jaza (gepa)	128
Povratne sprege, kontrola i revizija poslovanja strateških jedinica	129

## Analiza konkurentnosti proizvoda (130)

Analiza prodajne privlačnosti proizvoda	131
Analiza razlika među proizvodima	131
Analiza ponašanja potrošača	132
Analiza potrošačeve percepcije proizvoda	132
Analiza vrednosti proizvoda	133
Identifikovanje satisfakcije (očekivanja, zadovoljstva) potrošača u vezi s proizvodom	134
Postupak kvantifikovanja osobina proizvoda	136
Identifikovanje ciljeva potrošača u vezi sa proizvodom	137
Metode testiranja proizvoda na tržištu	139
Metoda istraživanja talasa prodaje	139
Metoda stimulisanja trgovine	139
Metoda kontrolisanog marketing testa	139
Metoda pokusnog testa	140
Metoda drvo odlučivanja	140
Marketing informacijski panel	141
Metode testiranja industrijskih proizvoda	141
Identifikovanje satisfakcije (zadovoljstva iz) potrošača u lancu učesnika	142

## Analiza životnih ciklusa sa naglaskom na predeviđanje i odlučivanje o tehnološkom razvoju (145)

Životni ciklusi proizvoda	145
• Analiza proizvodnog programa prema kriteriju životnog ciklusa marke proizvoda	145
• Zaključci o konceptu životnog ciklusa proizvoda	147
PATTERN-metoda tehnološkog predviđanja i primena ekspertskih sistema u strateškom upravljanju tehnologijama	148
• PATTERN-metoda tehnološkog predviđanja	148
o Postupak razvijanja stabla značajnosti	149
o Postupak ustanovljavanja skupa kriterijuma i utvrđivanja težinskih koeficijenata	151
o AHP – metoda selekcije tehnologije	154

○	TEM – metoda strateške evaluacije tehnologije	156
•	Primena ekspertnih sistema u strateškom upravljanju tehnologijom	158

## Postupak analize dobavljača (165)

### Postupak kontrole marketing-strategija (171)

Ocena efikasnosti marketinga	171
Provera marketinga	173
Nalazi i preporuke marketing-kontrole	174

#### Treći deo

### Postupak privlačenja novih ideja, tehnologije i svežeg kapitala (176)

#### Šta je uticalo na promenu kulturno-civilizacijskih vrednosnih orijentacija čovečanstva (180)

Šta se desilo i dešavalo u okruženju?	180
Uloga preduzača u tržišnoj privredi	183
Otvorena pitanja koji privatizaciju mogu da učine nelegalnom i nelegitimnom	185

#### Uporišta preduzetništva (189)

Uloga preduzetnika u velikom preduzeću	191
--	-----

#### Proces kreiranja akcionarskog društva i akcionarstva (193)

Kreiranje privrednog sistema koji će stimulisati preduzetničku ekonomiju	195
Aktiviranje ljudi, ideja i resursa	201
Problematiziranje pitanja obezbeđenja kapitala i problemi finansiranja preduzetničkih projekata	206
Ispitivanje troškova izvora finansiranja preduzetnikovog projekta	207

## Životni ciklus preduzeća u odnosu na kreiranje nove menidžment organizacione structure radi privlačenja novih ljudi i ulagača (213)

Preduzetni marketing menidžment	215
Oportunistički marketing menidžment	216
Responzivni marketing menidžment	217
Kreiranje marketing-preduzetničkog društva	218

## Revitalizacija, obnova i reinženjering preduzeća u krizi (221)

Kreiranje preduzetnog miljea koji privlači sveži kapital	221
Proces razvijanja novog poslovnog plana	225
Postupak privlačenja svežeg kapitala za revitalizaciju, obnovu i reinženjering preduzeća	230
• Preduzetno odlučivanje o zajmu	230
• Ocena neizvesnosti prema kriteriju očekivani prinos – rizik	232
Privlačenje svežeg kapitala emisijom deonica	234
• Pravno definisanje akcija	234
• Postupak emisije deonica	235
• Utvrđivanje vrste emisije deonica	236
• Priprema i realizacija odluke o emisiji deonica	237
• Postupak donošenja odluke o emisiji deonica	238
• Pribavljanje mišljenja ovlaštenog revizora o bonitetu	239
• Dobijanje odobrenja Komisije za hartije od vrednosti	240
• Sastavljanje prospekta za emisiju	242
• Realizacija odluke o emisiji deonica	243
• Utvrđivanje sadržaja i oblika deonice	243
• Objavljivanje poziva za upis i uplatu hartija	244
• Zahtev za registrovanje emisije	244
• Proučavanje berzanskih informacija	244

Da li je preduzeće dovoljno poznato  
da bi bilo atraktivno za tržišno poslovanje? (248)