

PREDGOVOR

Funkcija planiranja poslovanja predstavlja već dugo jednu od aktivnosti tržišno orijentisanih privrednih subjekata - preduzeća. Nosioci izvršenja ove funkcije uspostavljaju se, obično, na nivou samostalne službe ili sektora, zavisno od veličine i organizacione strukture preduzeća. Menadžment preduzeća svoje aktivnosti iniciranja koordinacije i kontrole poslovanja u znatnoj mjeri zasniva na saznanjima plansko - analitičke službe. Zato se kadrovska osnova ove funkcije formira od kompetentnih stručnjaka iz oblasti ekonomike, organizacije, finansija, tehnologije i drugih profesija. Tako je službe planiranja postala jedna od rasadnika kadrova osposobljenih za menadžment na svim nivoima organizacione strukture preduzeća ili privrednih asocijacija komora i poslovnih udruženja.

Međutim, u obimnoj stručnoj i naučnoj literaturi koja obuhvata brojne naslove posvećene planiranju poslovanja veoma malo je knjiga koje integralno tretiraju aktivnosti planiranja. Takođe, veoma rijetko se problematika planiranja sa posebnim tretmanom u tržišnim uslovima poslovanja, izučava kao naučno - nastavna disciplina na ekonomskim fakultetima i fakultetima poslovne ekonomije.

Navedeni razlozi, kao i inicijativa Fakulteta poslovne ekonomije u Banja Luci da u svoj nastavni plan uvrsti disciplinu *Planiranje tržišnog poslovanja*, podstakli su autore da odgovore na takav izazov i napišu ovaj tekst. Pri tome, sadržaj knjige koncipiran je u skladu sa osnovnim postavkama ekonomike i organizacije preduzeća, uz isticanje specifičnosti funkcije planiranja,