

# Sadržaj

## Pogovor (1)

Prvi deo

### Faktori i okolnosti koji opredeljuju preduzetništvo i preduzetničku ekonomiju (3)

<b>Paradigme, okviri i okruženje za razvoj inovativnog preduzetništva</b>	7
❖ Identifikovanje faktora koji su izmenili kulturno-civilizacijske vrednosne orientacije	8
❖ Gde smo i šta će biti s nama?	10
❖ Uloga preduzeća u tržišnoj privredi	12
❖ Građanska demokratija i inovativno preduzetništvo	14
❖ Značaj opšte teorije sistema u društvenim naukama	25
❖ Nastanak kapitalizma i uloga protestantizma u razvoju preduzetništva	30
❖ Kakva je aktualna u nas situacija?	32
❖ Aktualizacija uloge javnih korporacija u razvoju privatnog preduzetništva	36
❖ Aktualizacija uloge države u razvoju privatnog preduzetništva	38
❖ Determinisanje odnosa između države, plana i tržišta u preduzetničkom ekonomiji	40

Fusnote i literatura 41

### Nasedeno okruženje i praradigme koje opredeljuju promene i

#### rešenja koja omogućuju izlazak iz kriza

❖ Stanje koje nas zabrinjava i upozorava	42
❖ Da li rešenja postoje?	45
❖ Šta treba da se ima u vidu?	48

Fusnote i literatura 50

### Objašnjenje odabranih ekonomskih pojmove

❖ Determinisanje pojmove makro i-mikroekonomija	51
➤ Objašnjenje pojma poslovni uspeh	51
➤ Objašnjenje pojma produktivnost	54
➤ Objašnjenje pojma ekonomičnost	55
➤ Objašnjenje pojma rentabilnost	56
➤ Objašnjenje pojma preduzetnička dobit (profit)	57
❖ Objašnjenje poslovno-finansijske analize preduzeća pomoću koeficijenata	58
➤ Utvrđivanje interne likvidnosti – solventnosti	61
➤ Utvrđivanje operativnog poslovnog rezultata	62
➤ Analiza rentabilnosti	62
➤ Analiza preduzetničkih rizika	63
➤ Analiza poslovne ekspanzije	64
➤ Utvrđivanje eksterne likvidnosti	65
❖ Rasprava o dilemi srednja i mala preduzeća	65

### Objašnjenje pojmove u vezi sa kreiranjem stvaralačke (inovativne) atmosfere

❖ Osnove teorije stvaralaštva	68
➤ Kriterijumi stvaralaštva	70
➤ Funkcija stvaralaštva u oblikovanju i reoblikovanju	73
➤ Objašnjenje pojmove meta-marketing i hi-tech-marketing	73

❖ Objašnjenje pojma svrshodna preduzetnička inovacija	76
➤ Izvori inovacija u okviru organizacije	79
▪ Neočekivani rezultati kao šansa	
• Neočekivani uspeh kao šansa 79	
• Neočekivani promašaj kao šansa 81	
• Neočekivani spoljni događaji kao šansa 82	
▪ Nepodudarnost između stvarnosti i onog što bi moglo biti i onog što bi trebalo da bude	83
• Nepodudarnost ekonomске realnosti 86	
• Nepodudarnost između realnosti i pretpostavki o njoj 88	
• Nepodudarnost između opaženih i stvarnih vrednosti i očekivanja potrošača 90	
• Inovacije bazirane na nepodudarnosti procesa 91	
➤ Izvori inovacija izvan organizacije	92
▪ Nepodudarnosti zbog promena u strukturi privrede i tržista	92
▪ Nepodudarnosti usled promena u demogradskoj strukturi stanovništva	93
▪ Nepodudarnosti između postojećeg i novog znanja	94

Fusnote i literatura 96

<b>Osnovne determinante preduzetničke ekonomije i inovativnog preduzetništva</b>	97
❖ Resursi koji determinišu razvoj preduzetništva	101
❖ Socijalni (humanji) kapital ili sklonost srpskog društva ka sponatanoj socijalnosti	103
❖ Značaj porodice za razvoj preduzetničkog duha potomstva	109
❖ Preduzetnički nagon volje, motivi i odgovornosti	113
➤ Aktualiziranje motiva	113
➤ Preduzetnička socijalna odgovornost	118
➤ Preduzetnička etička odgovornost i kultura kompanije	120
▪ Opšti principi preduzetničke etičke odgovornosti	120
▪ Korporativna kultura i klima	124
▪ Elementi korporativne etičke odgovornosti	127

Fusnote i literatura 132

<b>Srpski preduzetnički tipovi i savremena preduzetnička i menidžerska praksa</b>	133
❖ Srpski preduzetnički homeopatski tipovi	134
➤ Nux vomica homeopatski preduzetnički tip	135
➤ Formalni preduzetnici	136
❖ Menidžerska tipologija	137
➤ Reference savremene preduzetničke prakse	137
➤ Osnovni tipovi srpskih menidžera	140

Fusnote i literatura 146

<b>Mere koje bi omogućile razvoj porodičnih, malih i srednjih preduzeća i preduzetničke odluke kod dimenzioniranja veličine preduzeća</b>	147
➤ Program mera za razvoj malih i srednjih preduzeća	152
➤ Utvrđivanje politike razvoja malih i srednjih preduzeća	153
➤ Pravno-institucionalno okruženje tržišne privrede primerene za porodična, mala, srednja i velika preduzeća	154
▪ Opšti uslovi za stimulisavanje razvoja malih i srednjih preduzeća	154
▪ Opšte institucionalne karakteristike tržišne privrede	155

▪ Uvođenje institucija ovlaštenih računovođa i revizora	159
➤ Oporezivanje i finansijski aspekti	160
▪ Posebni poreski tretman malog posla na sopstvenim sredstvima	163
▪ Definisanje pojma poreski stimulans	164
➤ Uređenje pravno-institucionalnog okruženja, razvijanje usluga i javnog servisa od značaja za razvoj malih i srednjih preduzeća	166
▪ Programi i fondovi za finansiranje malih i srednjih preduzeća	168
▪ Obrazovanje kadrova za potrebe razvoja malih i srednjih preduzeća	170
▪ Utvrđivanje lokalnih zadataka sa ciljem razvoja preduzetničke ekonomije i preduzetništva	171
▪ Razvoj asocijacija malih i srednjih preduzeća	177
▪ Internacionalizacija poslovanja malih i srednjih preduzeća	178
▪ Standardizacija, kontrola kvaliteta i zaštita čovekove okoline	179
▪ Inkubator centri, programi prekvalifikacije i zapošljavanje	179
➤ Obeležje i problemi uspešnih malih i srednjih preduzeća	181

Fusnote i literatura 182

#### **Preduzetničke odluke i opstanak velikih preduzeća**

❖ Uloga preduzetnika u velikom preduzeću	183
➤ Razvoj kulture velikog preduzeća	184
➤ Preduzetnici, menadžeri i zaposleni treba da vole preduzeće i kupce	185
❖ Preduzetna upravljačka tehnologija	187
➤ Problem izradnje menadžerskih timova	192
➤ Shvatanje promena kao mogućnosti izlaska iz krize	194
❖ Utvrđivanje politike razvoja malih i srednjih preduzeća	196

Fusnote i literatura 200

Drugi deo

#### **Ograničenja koja determinišu inovativno preduzetništvo (201)**

#### **Ograničenja usled izostanka demokratskog pluralizma**

203

#### **Filosofija srpske palanke od značaja za inovativno preduzetništvo**

❖ Stil balkanske i srpske palanke i palančana	208
❖ Duh balkanske i srpske palanke i palančana	209
❖ Realizam kao filosofija balkanske i srpske palanke	211
❖ Tradicionalizam kao filosofija balkanske i srpske palanke	213
❖ Srpska i balkanska surevnjivost i zavist	214
❖ Srpska pravoslavna pitomost i dvoličnost	215
❖ Srpski i balkanski primitivizam	217
❖ Srpsko osećanje za kolektivizam i druželjubivost	218
❖ Balkanski i srpski narcizam, nacionalizam i nacizam kao filosofija duha palanke	220
❖ Srpska nacionalna duhovnost i duhovitost	225
❖ Balkanski psihološko-antropološki tipovi	227
➤ Psihičko-moralne karakteristike dinarskog tipa	228
➤ Psihičke karakteristike centralnog tipa slovenskog stanovništva	229

Fusnote i literatura 231

<b>Pozicioniranje i repozicioniranje u odnosu na međunarodno okruženje</b>	232
❖ Uvažavanje promena u međunarodnom okruženju	232
❖ Principi internacionalizovanja države i privrede	240
❖ Stepeni internacionalizovanja preduzeća	243

Fusnote i literatura 246

### Treći deo

## Elementi savremenog preduzetnog menidžmenta (247)

### Principi preduzetnog menidžmenta

❖ Razvoj naučne misli o menidžmentu	250
❖ Paradigme savremenog preduzetnog menidžmenta	250
❖ Proces preduzetnog menidžmenta	252

Fusnote i literatura 255

### Osnivanje i oblici preduzetničkog društva kapitala

❖ Normativno i ekonomsko determinisanje pojma preduzetno društvo	256
❖ Objašnjenje preduzetničkih normativnih oblika	256
	257

### Poslovne funkcije preduzetničkog društva kapitala

262

### Pretpostavke uspešnosti preduzetničkog društva kapitala

Fusnote i literatura 267

265

### Životni ciklusi preduzetničkog društva kapitala

❖ Faze životnog ciklusa preduzetničkog društva	268
➤ Faza konstituisanja preduzeća	269
▪ Faza razvijenja nove poslovne ideje	270
▪ Faza razvijanja preduzetnog poslovnog plana	270

➤ Faza konsolidovanja preduzeća	271
▪ Trade-off analiza svih pozicija	274
▪ SWOT-analiza	274
➤ Faza konkurenčije na tržištu	275
▪ Benchmarking analiza kao strateški alat menidžmenta	279
➤ Faza konkurentnosti preduzeća na tržištu	280
▪ Sistem analiza povraćaja na uložena sredstva kompanije	282
➤ Faza kompetentnosti preduzeća	283
▪ Analiza i kontrola životnog ciklusa kompanije	285
➤ Faza kooptacije – preuzimanja	286
➤ Faza kapitulacije preduzeća	287

❖ Preduzetnički motivi i koncept preduzeća	288
❖ Uzročnici krize preduzeća i postupci izvođenja iz krize	288
➤ Simptomi i uzročnici krize preduzeća	289
➤ Faze oporavka preduzeća u krizi	290
▪ Elementi strategija preduzeća u krizi	292
▪ Elementi strategija marketinga preduzeća u krizi	293

Fusnote i literatura 295 – 6

295

### Transakcione analiza ponašanja savremenog preduzetnika

297

❖ Neoklasična teorija rasta preduzeća	298
---------------------------------------	-----

298

❖ Postkejnežijanska ekonomska teorija rasta preduzeća	299
❖ Transakcijske paradigme preduzeća o okruženje	302
❖ Analiza preduzetničke mreže	303
❖ Marketing implikacije transakcijske paradigme preduzeća	304
❖ Kreiranje preduzetnog miljea koji privlači sveži kapital	304
❖ Globalno tržište, marketing i preduzetništvo	307

Fusnote i literatura 308 – 9

#### **Preduzetne i menidžerske sklonosti kod ulaganja**

❖ Analiza sklonosti vlasnika i menidžmenta za ulaganja	311
❖ Odluka o štednji ili investiranju	312
❖ Preduzetno odlučivanje o zajmu	314
❖ Preduzetno optimiziranje portfelja	316
❖ Preduzetnikova ocena neizvesnosti i rizika	318
❖ Ocena neizvesnosti prema kriteriju očekivani prinos-rizik	319

Četvrti deo

### **Preduzetničke strategije i planiranje preduzetničke aktivnosti (321)**

#### **Preduzetničke tržišne strategije**

❖ Definisanje vizije, poslovne misije, ciljeva i motiva preduzeća	327
❖ Identifikovanje poslovne politike	327
❖ Opšte strategije preduzeća	330
➤ Opšte preduzetničke strategije	332
➤ Opšte marketing-strategije	334
➤ Generičke tržišne strategije	337
➤ Proces formulisanja marketing-strategija	338
	339

Fusnote i literatura 340

#### **Planiranje preduzetničke aktivnosti**

❖ Determinisanje pitanja na koja preduzetnik traži odgovore	341
➤ Za koga i šta proizvoditi?	342
➤ Ko treba da su osnivači preduzeća?	343
➤ Kako proizvoditi?	345
➤ Kako obezbediti kapital i problemi finansiranja projekta?	346
➤ Troškovi izvora finansiranja preduzetnikovog projekta	347
❖ Kreiranje individualnog preduzetnog plana za rad na sopstvenim sredstvima	352
➤ Razvoj potrebe za planiranjem	352
➤ Delovi poslovnog plana rada na sopstvenim sredstvima	253
➤ Prikupljanje planskih činjenica	356
■ Korak 1.: Da li sam spremjan ući u novi način života?	356
■ Korak 2.: Moram da analiziram samog sebe	357
■ Korak 3.: Odabiranje proizvoda ili usluga	358
■ Korak 4.: Tržišna i marketing istraživanja	359
■ Korak 5.: Prognoziranje prihoda od prodaje	360
■ Korak 6.: Izbor lokacije preduzeća	360
■ Korak 7.: Izrada proizvodnog plana	361

▪ Korak 8.: Izrada marketing plana	362
▪ Korak 9.: Izrada plana organizacije	362
▪ Korak 10.: Izrada pravnog plana	363
▪ Korak 11.: Izrada računovodstvenog plana	364
▪ Korak 12 : Izrada plana i praćenje poslovanja računarom	364
▪ Korak 13.: Izrada finansijskog plana	365
• Novčani proračun 366	
• Bilans i izveštaj o dohotku 366	
• Izveštaj o dohotku 366	
• Grafikon poslovanja 367	
▪ Korak 14.: Idemo u potragu za novcem, donacijom ili zajmom?	367
▪ Korak 15: Pisanje uvodnog pisma	368
Fusnote i literatura 369	
<b>Kreiranje marketing-politika, planova i programa</b>	370
❖ Postupak optimizacija profit-a	370
❖ Optimizacija marketing-miksa	372
❖ Optimizacija alokacije marketinga na različita ciljna tržišta	375
Fusnote i literatura 376	
Literalura 377 - 378	