

ПОКЛОН

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
Технички факултет "Михајло Пупин", Зрењанин

Др Радмила Грозданић

Др Дејан Ђорђевић

ОСНОВЕ ЕКОНОМИЈЕ

Развој економије и савремене тенденције у
тржишном привређивању

Зрењанин, 1999.

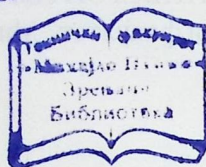
ОСНОВИ ЕКОНОМИЈЕ

Др Радмила Грозданић

Др Дејан Ђорђевић

Прво издање

Кат. бр.: 00000006370



Издавач: Универзитет у Новом Саду, Технички факултет "Михајло Пупин" у Зрењанину

Рецензенти: проф. др Стеван Безданов
проф. др Берислав Шефер

Компјутерска обрада: Александра Лaziћ

Технички уредник: Александар Степанчев

Штампа и повез:

Тираж: 300

CIP - Каталогизација у публикацији

Народна библиотека Србије, Београд

330.1 (075.8)

ГРОЗДАНИЋ, Радмила

Основе економије: развој економије и савремене тенденције у тржишном привређивању / Радмила Грозданић, Дејан Ђорђевић. - Зрењанин: Технички факултет "Михајло Пупин", 1999. (Нови Сад: Универзитет). - 462 стр.: илустр.: 24cm

Тираж 300. - Појмовник: стр. 395-435. - Белешка о ауторима: стр. 459-462. - Библиографија: стр. 451-458. - Регистар. 1. Ђорђевић, Дејан

65.01 (075.8)

а) Економска нализа б) Економске науке ц) Економске теорије д) Менаџмент

ID = 74566412

COPYRIGHT 1999. за српски језик, др Радмила Грозданић и др Дејан Ђорђевић. Није дозвољено да ниједан део ове књиге буде снимљен, емитован или репродукован на било који начин, укључујући, али не и ограничавајући се, на фотокопирање, фотографију, магнетни запис или било који други вид записа, без претходне писмене дозволе издавача и аутора.

САДРЖАЈ

ПРЕДГОВОР 9

ГЛАВА 1 23

**ПОЈАМ, ПРЕДМЕТ, САДРЖАЈ И УЛОГА ЕКОНОМИЈЕ
КАО НАУКЕ И РАЗВОЈ ЕКОНОМСКЕ МИСЛИ** 23

1. Појмовно одређење и схватање економије 23

2. Економија као наука 24

3. Место економије у систему наука 26

4. Кратак преглед развоја економске мисли 28

4.1. Економска мисао у Старом веку 29

4.2. Економска мисао у Средњем веку 30

4.3. Економска мисао у доба меркантилизма 31

4.4. Класична политичка економија 35

4.5. Маргинализам 41

4.6. Макро-економска анализа 46

4.7. Економска мисао после Кејнса 50

Сажетак 55

Ендноте 62

ГЛАВА 2 65

ОСНОВНЕ ЕКОНОМСКЕ КАТЕГОРИЈЕ 65

1. Друштвена производња 65

1.1. Потребе 65

1.2. Основни фактори производње 67

1.3. Друштвена и техничка подела рада 69

1.4. Детерминанте друштвене производње 72

1.5. Одређивање резултата друштвене производње 75

1.6. Друштвена репродукција	77
2. Робна производња	81
2.1. <i>Натурална и робна производња</i>	81
2.2. <i>Основна својства робе</i>	84
2.3. <i>Новац</i>	88
2.4. <i>Закон вредности</i>	93
3. Фактори производње и развоја	95
3.1. <i>Капитал</i>	95
3.2. <i>Земља</i>	99
3.3. <i>Рад</i>	101
3.4. <i>Знање</i>	104
Сажетак	108
Пример бр. 1: Окренутост ка будућности - однос према знању у јапанској привреди	112
Пример бр. 2: Улагање у људске ресурсе	116
Пример бр. 3: Етно улагања	118
Пример бр. 4: Савремени приступ факторима производње и развоја	122
Пример бр. 5: Радно место од великог поверења - међусобно повезана производња	125
Ендноте	129
ГЛАВА 3	133
ОСНОВЕ ФУНКЦИОНИСАЊА ТРЖИШТА	133
1. Тржиште	133
1.1. <i>Појмовно одређење тржишта</i>	133
1.2. <i>Нивои у одређивању тржишта</i>	135
1.3. <i>Тржишни механизам</i>	138
2. Понуда и тражња	141
2.1. <i>Појмовно одређивање тражње</i>	141
2.2. <i>Различити приступи посматрања тражње</i>	143

2.3. <i>Фактори тражње</i>	145
2.4. <i>Појмовно одређење понуде</i>	148
2.5. <i>Тржишна равнотежа</i>	151
3. Тржиште рада	154
3.1. <i>Појам и улога тржишта рада</i>	154
3.2. <i>Међусобни однос активне и пасивне политике тржишта рада</i>	156
4. Тржиште и привреда	159
4.1. <i>Тржишни механизам и институционални утицаји</i>	159
4.2. <i>Привредни циклуси</i>	162
4.3. <i>Штедња и инвестиције</i>	167
5. Облици тржишног организовања	172
5.1. <i>Значај тржишних институција</i>	172
5.2. <i>Берзе</i>	173
5.3. <i>Аукције</i>	177
5.4. <i>Сајмови и изложбе</i>	179
Сажетак	183
Пример бр. 6: Јапан - светски тржишни лидер	186
Пример бр. 7: И велики се прилагођавају	189
Пример бр. 8: Kentucky Fried Chickens (KFC) - више могућности у Азији него у САД	191
Пример бр. 9: Сајмови у Европи	193
Пример бр. 10: Ефекти програма мера активне политике тржишта рада у Републици Србији	195
Пример бр. 11: Критеријуми и принципи за дефинисање и избор стратегије и политике тржишта рада	199
Ендноте	203
ГЛАВА 4	207
ОРГАНИЗАЦИЈА ЕКОНОМСКОГ ПРОЦЕСА НА НИВОУ ПОСЛОВНИХ СУБЈЕКТА	207

1. Предузеће као економски субјекат	207
1.1. Предузетништво и предузеће	207
1.2. Предузеће као пословни субјекат	211
1.3. Организационе форме предузећа	215
1.4. Економика предузећа	219
1.5. Предузетништво и савремено пословање	223
1.6. Савремене тенденције у развоју предузећа	230
2. Основе управљања предузећем	236
2.1. Процес управљања предузећем	236
2.2. Планирање	239
2.3. Концепти планирања	243
2.4. Организовање	248
2.5. Контрола	252
3. Предузеће и тржиште	255
3.1. Предузеће и тржишна оријентација	255
3.2. Основне димензије маркетинга	260
3.3. Формулисање маркетинг програма	264
3.4. Трендови развоја маркетинга	274
3.5. Међународни маркетинг	277
Сажетак	286
Пример бр. 12: Резултати истраживања о могућностима запошљавања у малим и средњим предузећима у Републици Србији	291
Пример бр. 13: Стратегија развоја компаније Wal-Mart	295
Пример бр. 14: SWATCH - Стратегија глобалног тржишног наступа	298
Пример бр. 15: Процес приватизације у земљама Источне и Централне Европе	301
Ендноте	304
ГЛАВА 5	309
НОВЕ ТЕНДЕНЦИЈЕ У САВРЕМЕНОМ ПОСЛОВАЊУ	309
1. Трендови који су уобличио пословно окружење у деведесетим	309

1.1. Промене у пословном окружењу	309
1.2. Утицај технолошког развоја на пословање	312
1.3. Процес глобализације тржишта	315
2. Нови менаџмент концепти и савремено пословање	322
2.1. Улога и значај нових менаџмент концепата	322
2.2. Управљање квалитетом	324
2.3. Концепт тоталног управљања квалитетом	329
2.4. Реинжењеринг	332
2.5. Бенчмаркинг	339
3. Информационе технологије и пословање	342
3.1. Информационе технологије и савремено друштво	342
3.2. Улога информационих технологија у савременом пословању	349
3.3. Информационе технологије и развојне могућности у пословању предузећа	354
3.4. Интерактивно комуницирање	358
4. Менаџмент људским ресурсима у светлу промена у окружењу	361
4.1. Различити погледи на менаџмент људским ресурсима	361
4.2. Менаџмент људским ресурсима и савремено пословање	363
4.3. Људски ресурси и промене у области технологије	367
Сажетак	371
Пример бр. 16: Зелени маркетинг	374
Пример бр. 17: Извршни руководиоци и информационе технологије	377
Пример бр. 18: Људски ресурси као чинилац пословне вредности предузећа	380
Пример бр. 19: Тродимензионални модел кадровског реструктурирања	382
Пример бр. 20: Поверење у тимове - флексибилност у квалификацијама и организовању радног места као дела тима	386
Ендноте	391

ПОЈМОВНИК	395
ПРЕГЛЕД СКРАЋЕНИЦА	437
ИНДЕКС ИМЕНА	447
БИБЛИОГРАФИЈА	451
БЕЛЕШКА О АУТОРИМА	459

ПРЕДГОВОР

Књига ОСНОВИ ЕКОНОМИЈЕ написана је према најновијем наставно-студијском програму за студенте Техничког факултета "Михајло Пупин" у Зрењанину, уз претензије да током њеног "дружења" са студентима поприми карактер универзитетског уџбеника. Аутори су настојали да, ослањајући се на своја научно-теоријска сазнања и апликативно-прагматично професионално искуство - уз широко консултовање најновијих научних студија наших и иностраних аутора, обимне аналитичко-документационе грађе сопствених и других истраживања, као и на проучавање институционално-правне регулативе - пруже студентима савремену и подстицајну студијску подлогу за: упознавање са развојем економске мисли; разумевање основних економских категорија; овладавање основама функционисања савременог тржишта; стицање основних знања из области организације економских процеса на нивоу пословних субјеката, пре свега предузећа; упознавање са новим тенденцијама у управљању производним субјектима. Другим речима, књига је писана са амбицијама да постане *приручно штиво студентима за зналачко и активно сналажење у широком и сложеном подручју економије - њене савремене теорије и праксе.*

Сходно таквој намени је и структурирана ова књига, која се састоји из пет поглавља/тематских подручја.

Први део књиге бави се *појмом, предметом, садржајем и улогом економије као науке и развојем економске мисли.* Најпре је дато појмовно одређење и схватање економије, посебно економије као научне области која обухвата економску теорију, економску политику и појединачне економске дисциплине, чији предмет у најширем смислу представља

економска сфера друштвеног живота. Овде се посебно указује на њену усмереност на процесе и актере економског живота, који у међусобним односима и утицајима производе, расподељују, тргују, траже и користе производе и услуге.

Након објашњења места економије у систему наука, следи кратак преглед развоја економске мисли у коме је, у сажетом виду, прослеђено за развојем економске мисли - од античке Грчке (економска мисао у Старом веку) па преко економске мисли у Средњем веку, у доба меркантилизма, класичне политичке економије, маргинализма и макро-економске анализе, до савремене економске мисли (после Кејнса).

Други део књиге посвећен је детаљној *разради и тумачењу основних економских категорија*.

У оквиру одељка који се бави *друштвеном производњом*, дато је тумачење потреба као фактора који детерминише активности човека у сфери привређивања; образложени су основни фактори производње и детерминанте друштвене производње; пружено је објашњење карактера и функције друштвене и техничке поделе рада и расподеле друштвеног фонда рада; приказани су индикатори истраживања резултата друштвене производње; образложен је појам друштвене репродукције, као и њене фазе (производња, потрошња, расподела, размена).

У другом одељку овог дела књиге аутори се баве *робном производњом*: најпре, међусобним односом натуралне и робне производње, а затим основним својствима робе; детаљно је дато тумачење новца као општег средства размене роба као и фактора који детерминишу количину новца у оптицају; значајна пажња посебно је посвећена закону вредности као кардиналном закону робне производње.

Трећи одељак, пак, посвећен је *факторима производње* и њиховим ценама - капиталу, земљи, раду и знању. Капитал се овде, као економски ресурс и као фактор производње, разматра са становишта вредности капитала и капиталних добара; образложено је и кружно кретање капитала, а разјашњени су и појам и врста камате, као и дивиденде. У разматрању земље, као фактора производње, у средишту пажње су рента (суштина и врсте) и цена земље (која је детерминисана кретањем ренте и

каматне стопе). У образложењу рада, као фактора производње, нагласак је на цени радне снаге, односно најамнини и односу понуде и тражње на тржишту рада. Коначно, знању - као фактору производње - овде је дато кључно место, с обзиром на његово стално растући значај под утицајем научно-технолошке револуције, односно информатизације друштва. Овде се тврди да знање није само фактор производње и развоја - оно је фактор свих фактора (мега-фактор).

Трећи део књиге разрађује *основе функционисања тржишта* као базичног феномена савремене економије. Појмовно одређење тржишта дато је путем дефинисања његових одређених димензија. Иако се тржиште најчешће посматра ако целокупност односа између појединих субјеката у процесу размене на нивоу укупне привреде, овде су дата различита одређења тржишта са различитих становишта (простора, фактора производње, фаза у процесу размене, производа, хомогености, конкурентских односа, деловања у односу на купца, ширине обухвата, дубине обухвата). Интегрално тржиште обухвата не само тржиште роба, услуга, новца и капитала него и тржиште рада и знања. На крају овог првог одељка, у овом другом делу књиге, разјашњен је тржишни механизам и кружно кретање материјалних и новчаних компонената у његовом функционисању.

Понуда и тражња обрађују се у следћем поглављу другог дела књиге. Најпре је дато појмовно одређење понуде и тражње, да би се затим приказали различити приступи у тумачењу понуде и тражње, као и фактора који их детерминишу (динамичке и статичке природе). Уз објашњење концепције еластичности тражње и математичког модела функције, криве понуде, детаљно је разјашњена тржишна равнотежа - дати су графички прикази успостављања нове равнотеже у случају промене понуде, односно тражње.

У одељку о *тржишту и привреди*, најпре је разјашњен тржишни механизам као основни механизам регулисања односа у привреди као и институционални утицаји на његово практично функционисање. Посебно је наглашено да и држава, у савременим условима тржишног привређивања, врши одговарајући утицај на развојне токове и да она сноси

одговорност не само за економску стабилност, него и за стварање подстицајног пословног амбијента за функционисање тржишног механизма.

Следи, затим, тумачење *привредних циклуса* који представљају одређене флукуације у укупној запослености, производњи и укупном реалном националном дохотку. Разјашњене су фазе привредних циклуса (експанзија, преломна тачка - врх, контракција, најнижа преломна тачка - увала), као и теорије које објашњавају појаву привредних флукуација (екстерна, интерна и њихова комбинација), укључујући и инфлацију која прати флукуације у привреди.

Најзад, у оквиру разматрања тржишта и привреде детаљно су објашњени *штедња и инвестиције*, као и њихов утицај на обим националног дохотка и заослености.

У последњем одељку трећег дела књиге приказани су *облици тржишног организовања*. Након образложења значаја тржишних институција, обрађене су берзе, аукције, сајмови и изложбе.

Четврти део књиге бави се *организацијом економског процеса на нивоу пословних субјеката*. Обрада овог дела студијске грађе започиње са *предузећем као основним економским субјектом*. У оквиру овог одељка најпре се разрађују феномени предузетништво и предузеће и то позивањем на различита схватања и тумачења од стране економских мислилаца и теоретичара. Затим се детаљније приказује предузеће као пословни субјект, које се овде дефинише као пул ресурса које динамички предузетник пласира у поједина пословна подручја, чији је пословни успех одређен његовом способношћу да идентификује тенденције у кретању људских потреба и начина њиховог задовољавања, али и тенденције у развоју науке и технике.

Описане су и главне *карактеристике савременог предузећа*: предузеће је организациони систем; управљање пословањем предузећа је предузетничка активност; понашање предузећа се заснива на економским принципима; динамички карактер односа са окружењем; оријентација на будућност. Значајно место дато је обради организационих облика предузећа међу којима су: инокосна и партнерска предузећа, корпорације,

холдинг компаније, мердери и консолидације, конгломерати, мултинационалне компаније, концерни, картели, трустови и синдикати - дата су неопходна објашњења за сваки од ових облика. Констатацијом да предузеће своје пословање заснива на економским принципима започиње обрада теме *економика предузећа*, чији основни задатак је - као научне дисциплине - изучавање оних феномена и фактора који детерминишу остваривање дефинисаних циљева предузећа као економског субјекта. Разјашњена су три основна економска принципа: продуктивност, економичност и рентабилност.

Изузетна пажња у овом одељку посвећена је *предузетништву* као континуираном креативном процесу, чији је основни циљ имплементирање иновација у организацију у функцији успешног пословања и решавања проблема потрошача и друштва. Овде се, надаље, истиче да су место и улога предузетништва и развоја малих и средњих предузећа одређени односом према приватном бизнису, односом према предузетништву и односом према знању и образовању. Разјашњена је и суштина, односно значај предузетничког менаџмента који се заснива на прихватању промена, креирању иновација и знању као основном привредном ресурсу. У приказу *савремених тенденција у развоју предузећа* централно место заузимају мала и средња предузећа као генератори савременог привредног развоја. Објашњене су вредности/предности ових предузећа са економског, технолошког, социјалног, еколошког и друштвено-политичког становишта.

Наставно-студијским програмом економије значајно место дато је изучавању *основа управљања предузећем*. Најпре се анализира и разјашњава процес управљања предузећем, чија основна сврха је доношење одређеног низа пословних одлука којима се врши комбиновање ресурса у функцији остваривања пословних циљева предузећа, као и остваривања стабилне тржишне позиције, раста и развоја. Како се управљање предузећем састоји из планирања, организовања и контроле, то се даље разјашњава планирање као прва фаза процеса управљања. Образложене су основне планске одлуке којима се бави планирање: циљеви, политика, стратегије, програми и планови. У тексту се заговара

интегрални приступ планирању, који подразумева адекватно одвијање процеса планирања и синхронизацију остваривања појединих пословних активности преточених у функције. У оквиру разматрања концепата планирања описани су: Портфолио концепт, крива искуства, PIMS програм и концепт анализе трошкова и користи (Cost-Benefit Analysis).

Следи, затим, објашњење организовања - које представља другу фазу процеса управљања предузећем која обухвата дефинисање послова који треба да се баве, њихову поделу и успостављање различитих механизма координације активности унутар предузећа. Образложено је организовање по функцијама, по производима/тржиштима и матрично организовање. Описана је, затим, и контрола као трећа фаза процеса планирања у којој се врши провера рационалности донетих планских одлука и ефикасност њиховог спровођења. При томе је указано на разлике између текуће контроле, контроле рентабилности, контроле ефикасности и стратегијске контроле.

Последњи одељак у овом делу књиге посвећен је *предузећу и тржишту*. У тржишној оријентацији предузећа три пословне функције имају стратегијски предзнак: маркетинг, квалитет и истраживање и развој (Р&Д). Овде је функција маркетинга представљена као интегришући фактор овог стратегијског тријумвирата пословних функција. Разјашњене су основне димензије маркетинга: маркетинг као пословна концепција; маркетинг као пословна функција; маркетинг као економски процес; маркетинг као научна дисциплина. Изузетно место у овом одељку дато је формулисању *маркетинг програма*, кога чине елементи оперативног наступа предузећа на одабраном тржишту. Како у формулисању маркетинг стратегије маркетинг програм представља одговарајућу комбинацију производа, цене, канала дистрибуције и промоције - којом предузеће делује на своје купце на тржишту - то је ова тема у књизи добила (и по простору) изузетно место. Сваки од побројаних елемената маркетинг програма детаљно је образложен.

У оквиру разматрања маркетинг програма говори се и о *управљању маркетингом*, које се састоји из три фазе: планирање, организовање и контрола. Ближе је објашњена фаза планирања

маркетинга, које се састоји из: дијагнозе - где се предузеће тренутно налази и зашто; прогнозе - где предузеће иде; циљева - где предузеће треба да иде; стратегије - који су најбољи начини да се тамо стигне; тактике - које су специфичне акције које треба предузети; контроле - сагледавање оствареног. Приказујући *трендове развоја маркетинга* образложен је концепт друштвеног маркетинга, код кога се тежиште ставља на макроокружење уместо на конкретно тржиште. У фокусу посматрања није више само потрошач, већ целокупно друштво. Крајњи резултат примене концепта друштвеног маркетинга је задовољење потреба потрошача, али и целокупног друштва. Надаље, разјашњена су четири кључна тренда у развоју маркетинга, и то: раст непрофитног маркетинга; глобализација; промене у светској економији; захтеви за значајном променом друштвене одговорности маркетинга.

Последња тема у оквиру разматрања предузећа и тржишта односи се на *међународни маркетинг*. Међународна маркетинг стратегија преваходно је условљена стратегијом фирме и има плански, усмеравајући и дугорочни карактер. Разјашњени су карактер и улога четири кључне одлуке предузећа од значаја за успешност његовог међународног пословног наступа, и то: да ли изаћи на међународно тржиште; на која међународна тржишта предузеће треба да уђе; како (којим методама и путевима) ући на међународно тржиште; како конципирати глобални маркетинг програм.

Пети део књиге посвећен је *новим тенденцијама у савременом пословању*. У првом одељку, под насловом "*Трендови који су уобличили пословно кружење у деведесетим*", најпре се образлажу промене у пословном окружењу до којих долази под утицајем технологије, природе, економије, становништва, политике и културе. Наиме, ови фактори уобличавају подсистеме макроокружења па се може говорити о технолошком, природном, економском, демографском, политичком и културном окружењу која утичу на пословни живот предузећа. Детаљно се анализирају промене у сваком од поменутих макроокружења. Приказано је и схватање према коме постоји *пет трендова* који уобличавају пословну околину предузећа, и то: непрекидни мали раст; зрелост тржишта и

стратешка zasiћенost; неравномерна расподела ресурса; растуће економске сложености; неизменљива инфлација. Овде је дато важно упозорење о томе да предузећа морају да уочавају проблеме кроз антиципацију промена у свом окружењу, уместо да реагују на њих, да своје циљеве ускладе са циљевима јавности, посебно потрошача и државе и да повлаче позитивне потезе у циљу промоције заједничког интереса предузећа и друштва. *Технологија и глобализација* су образложени као два кључна вектора која уобличавају данашњи свет. Они воде ка стварању информатичког друштва, које карактерише висок степен креативности насупрот индустријском друштву које се одликује високим степеном потрошње. Развој технологије је омогућио поспешивање процеса глобализације људског друштва и глобализације пословања. Образложени су фактори који су условили глобализацију тржишта; назначене су основне детерминанте конкурентске предности предузећа на глобалном тржишту; указано је и на промену улоге државе у глобализацији тржишта, као и на улогу истраживачко-развојне делатности и унапређивања квалитета пословања у савременом глобалном пословању.

У другом одељку овог дела књиге предмет разматрања су *нови менаџмент концепти и савремено пословање*, од којих се посебно истичу: управљање квалитетом тотално управљање квалитетом, реинжењеринг и бенчмаркинг. Ови концепти и технике усмерени су на успостављање, перменентно унапређивање и развој квалитета пословања предузећа, обезбеђивање одговорних, запослених појединаца који максимално доприносе задовољавању потреба потрошача, јачању конкурентске способности и раду на општу добробит друштва. Приказан је *развој концепата квалитета*, односно развој стандарда система квалитета; образложени су модели серије стандарда ISO 9000; објашњена је суштина и смисао тоталног управљања квалитетом (TQM). Изузетна пажња у овом одељку посвећена је реинжењерингу и бенчмаркингу. *Реинжењеринг* је представљен као критичко сагледавање пословања и редесфинисање и оптимизација пословних процеса - спроводи се кроз радикалне промене и кроз све функције предузећа; он подразумева концептуализацију пројекта,

креирање новог посла и интеграцију новог процеса у организацију. Детаљно су објашњене основне фазе процеса реинжењеринга и то: предвиђање процеса промена; представљање пројеката реинжењеринга; дијагноза; препројектовање; реконструкција и оцењивање процеса. *Бенчмаркинг* је описан као учење на основу туђих позитивних искустава и превођење тих искустава у прихватљиве и остварљиве стандарде - "benchmarks", који могу да се употребе за угледање и мерење успешности пословања.

Трећи одељак овог дела књиге бави се *информационим технологијама и њиховом улогом у савременом пословању*. Информација је већ данас постала стратешки извор богатства, а савремена привреда егзистира на стварању и расподели информација. У тексту је предочено да *обрада информација* представља преовлађујући облик привредне активности. Она обухвата - поред медија масовног комуницирања - издаваштво, образовање, телекомуникације, банкарство и финансије, као и све друге активности које се заснивају на рачунарима. Овде се под термином информационе технологије означава спој електронике, рачунарске технологије и телекомуникационих технологија а обухватају: средства и методе за обраду података, комуникацију података, услужне и трансакционе сервисе, аутоматизацију пословања, вештачку интелигенцију и рачунарске интегрисане системе. Образложен је *значај и примена информационих технологија* у управљању пословањем предузећа, која се огледа у: употреби интерактивних облика комуницирања; перманентном повећању компјутерског управљања пословним процесима; развијању базе података и сложених система за подршку одлучивању; развоју мреже за брже снабдевање производима; коришћењу компјутерски подржаних процеса код тестирања перформанси новог производа; и сл. Образложене су и *промене у схватањима улоге маркетинг функције* под утицајем примене информационих технологија, посебно на примеру новог обрасца маркетинг комуницирања који је означен као интегрисано маркетинг комуницирање. На крају је образложен и *Интернет*, односно интерактивно комуницирање као највећи помак у савременом пословању -

Интернет представља најзначајнији суперкомуникациони медиј данашњице.

У последњем одељку овог дела књиге презентована су *савремена сазнања и приступи менаџменту људским ресурсима* у светлу промена у окружењу. Главни став је да људски ресурси и могућности које нуде информационе технологије представљају основне факторе развоја, а одговорност је централни принцип који обликује модерну организацију-предузеће, при чему и све друге организације морају бити засноване на одговорности сваког појединца. Инсистира се на *тимском раду*, јер снажну личност појединца данас истискују способне руководеће екипе, у којима институција професионализма добија на значају. Синтеза знања, вештина и става главне су одлике савременог стручњака - овај тродимензионални прилаз савременом поимању стручњака и професионализма подлога је и за индивидуално напредовање у каријери, јер нови услови привређивања захтевају: знање, учење, иницијативу, флексибилност, залагање и искуство.

На крају је, у вези са разматрањем питања *међусобног односа људских ресурса и промена у области технологије*, истакнуто да развој тече у два основна правца: у правцу високе технологије и емотивног прожимања (high touch принцип). Овде се емотивно прожимање означава као принцип да се свака нова технологија здружује са компензацијским деловањем људи. Наиме, људи морају да "осете" високу технологију, да би је прихватили - мора се постићи висок степен корелације високе технологије и корисника. Истакнуто је, даље, да је - приликом формирања структуре људских ресурса у високотехнолошком предузећу - неопходно пратити следеће кораке: изабрати квалитетне појединце који на најбољи могући начин одговарају технолошком изазову; извршити успешну асимилацију изабраних појединаца у организационе целине, поготово оних који дефинишу правац развоја предузећа (R&D сектор); прецизно одредити компензацију (пре свега, материјалну и професионалну) за стручњаке који технолошки воде предузеће; сагледати све трошкове увођења нових и/или усавршавања постојећих људских ресурса; вршити константан надзор над даљим усавршавањем у складу са стопом

технолошког напретка; генерално проценити корелацију запослених и високе технологије у предузећу, ради остваривања оптималних ефеката на основу емоционалног прожимања.

У тексту је уочљиво залагање за улагањем у високообразоване стручњаке, који ће радити на примени и развоју нових технолошких достигнућа, а који морају да поседују следеће особине: мултидисциплинарност у образовању (спој техничко-технолошких знања, знања из области маркетинга, екологије, социологије и психологије); креативност у размишљању; инвентивност у раду; флексибилност у понашању; иновативност у управљању; офанзивност у наступу. Другим речима, предузеће мора да поседује такве људске ресурсе који располажу изузетним организационим способностима, са смислом за управљање процесима и људима, који су способни да раде у тиму, а појединци који су задужени за тим морају поседовати изражену аналитичку и дијагностичку вештину, као и способност системског размишљања и деловања.

На крају књиге сачињени су *појмовник, преглед скраћеница, индекс имена, библиографија и белешка о ауторима*.

У *методолошком и дидактичко-методичком* смислу аутори су настојали да књигу тако конципирају и реализују да она подстиче/очекује активно и стваралачко учешће студената у савладавању утврђеног студијско-наставног програма. Томе треба да допринесу, поред *питања* која су дата на крају сваког дела књиге, и *примери из праксе* и искуства појединих земаља и предузећа који илуструју (и приказују апликацију) практичну и функционалну вредност теоријских модела, економских категорија и економских принципа и критеријума.

Стваралачким приступом садржини књиге, ангажовањем студената у прибављању "свежих" информација и примера из праксе предузећа у непосредном окружењу, равноправним сарадничким односима између студената и наставника у процесу реализације студијско-наставног садржаја економије и заједничком валоризацијом ефеката наставника и студената може се радикално унапредити наставно-студијски процес у коме је - према неким мишљењима - и данас, нажалост, тежиште на: меморисању чињеница и памћењу проверених формула уместо на

мисаоном активирању и интелектуалном осамостаљивању студената; на развоју репродуктивности уместо на развоју креативности; на способности препознавања, уместо способности имагинације; на учовању необичног, уместо важног; на решавању задатака, уместо креирању задатака; на формирању крутог става, уместо формирању флексибилности. Чак би се могло, у једном грубом виду и са друштвеног аспекта, изрећи и оцена да и даље - без обзира на започети процес успостављања плуралистичке парламентарне демократије - у образовном процесу превагу има оријентација на сузбијање алтернативног мишљења, уместо на развијање способности за алтернативно мишљење. Доминантна карактеристика наставно-студијског процеса (то важи и за основно и средње образовање) је пренаглашена интелектуална зависност студената од наставника и подређеност наставнику. Такав однос овде, здушно и свим срцем, настојимо да превазиђемо што ће у великој мери зависити и од става и конкретног приступа студената.

Аутори дугују изузетну захвалност рецензентима ове књиге, уваженим професорима Универзитета у Београду, др Стевану Безданову и др Бериславу Шеферу чије су драгоцене примедбе и стваралачке сугестије значајно допринеле финалном уобличавању овог рукописа. Аутори, такође, осећају пријатну обавезу да се захвале Александри Лазић, пројект менаџеру Института за развој предузетништва малих и средњих предузећа БК, која је зналачки извршила компјутерску припрему текста и обраду графичких приказа и илустрација.

Аутори користе прилику да овим путем унапред изразе захвалност и свим читаоцима који ће, евентуално, упутити добронамерне примедбе и сугестије како би следеће издање ове књиге било још боље.

Београд, март 1999.

Аутори