

\*Ovde unesite naziv Vase škole , na primer Elektrotehnička škola Nikola Tesla, Zrenjanin

# **SEMINARSKI RAD**

Tema :

**Preduzece kao ekonomska institucija**

**Profesor-mentor:**  
**\*ime mentora**

**Učenik:**  
**Milica Maksimović**

**Decembar, 2008.**

# Preduzece kao ekonomska institucija

Preduzeće je uspešno ako zadovoljava potrebe i očekivanja svojih stejkholdera<sup>1</sup>. Ovo ukazuje na miks zdravog razuma i kompetencija. Potrebno je znati u kojoj meri su zadovoljena očekivanja stejkholdera; zašto, kako i koliko, u protivnom doći će do neuspeha.

Instinktivno se može odrediti koliko relativno dobro ili loše organizacija funkcioniše, ali potreban je precizan nalaz. U protivnom dovodimo druge u zabludu ili pogrešno procenjujemo situaciju.

Menadžeri treba da znaju šta zahteva pažnju i shodno tome šta je potrebno meriti. Često se preduzeća usredsređuju na merenje faktora koji se brzo i lako mogu izmeriti. Obično su to inputi, resursi i efikasnost kao rezultati, a efektivnost se teže meri. Zadovoljenje potreba i očekivanja ključnih stejkholdera je kritično za dugoročni prosperitet. Svi kvalitativni indikatori utiču na dugoročne finansijske rezultate.

Potrebno je tražiti objašnjenja kada su rezultati razočaravajući ili ispod željenog nivoa. Pažnja se brzo fokusira na neuspeh, što nije uvek slučaj sa uspehom. Nije neuobičajno da menadžeri smatraju uspeh kao rezultat svojih ličnih sposobnosti i brilijantnosti. U stvarnosti uspeh može da počiva na sreći i na odsustvu jačeg konkurenta. Ove prednosti su kratkoročne. Uspeh se brzo može pretvoriti u neuspeh.

Neophodno je suočiti se sa stvarnošću. Preduzeća vole da prezentuju rezultate kao apsolutne brojeve prihoda ili profite, mediji izveštavaju naglašavajući svaki rast. Apsolutni rast u ovom obliku se može koristiti da prikrije prave performanse. Profitabilnost, na primer, je mnogo značajnija od profita za razumevanje kako preduzeće posluje.

Na osnovnu svog istraživanja Meyer<sup>2</sup> (1996) smatra da menadžeri koji su suočeni sa problemom koje mere izabrati, prvo treba da shvate osnovne razlike između finansijskih i nefinansijskih merila (videti tabelu 1.). Takođe ukazuje na dva potencijalna problema prilikom korišćenja kvalitativnih indikatora: njihova važnost se vremenom smanjuje i stoga gube sposobnost razlikovanja dobrih i loših performansi i značajno je tražiti interno stvorene kriterijume u svetlu eksternih vrednosti. Postoji pet pravila za kombinovanje finansijskih i nefinansijskih mera:

1. Treba da postoji tri do pet merila za praćenje napretka ka strategijskim ciljevima,
2. Zastupljenost obe vrste indikatora,
3. Realne mogućnosti za njihovo poboljšanje,
4. Treba da postoji kontrola merenja, a po potrebi i adekvatna akcija za njihovo poboljšanje.
5. Postojanje jasne veze između nefinansijskih performansi i finansijskih rezultata.

Finansijske mere	Nefinansijske mere
Nekoliko	Mnoge, rapidno se povećava njihov broj
Standardizovane (računovodstvenim konvencijama)	Anarhične – nestandardizovane

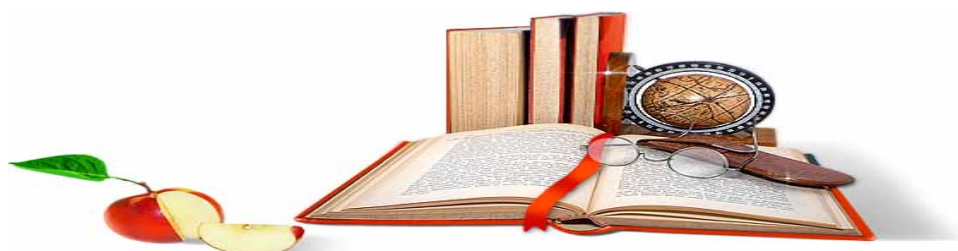
<sup>1</sup> Stejkholderi (stakeholders) su pojedinci i grupe zainteresovane za uspešnost poslovanja preduzeća. Mogu uticati ili su pod uticajem organizacije. Klasifikuju se u tri grupe: 1) interni (vlasnici, donosioci odluka, sindikati i zaposleni); 2) stejkholderi koji se javljaju na tržištu (kupci, snabdevači, konkurenti) i 3) eksterni (Vlada, finansijske institucije, političke grupacije, trgovinska udruženja). Prema Milićević, V. (1997): *Strategijsko poslovno planiranje*, FON, Beograd, str. 67-68.

<sup>2</sup> Meyer, M.W. (1996): »The secrets that lay behind improved corporate performance«, *Financial Times*, part 14, February.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) -----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST**  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)**  
**[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)**  
**[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI, DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHUVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

**[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**