

## Uvod

Preduzetnici su oni ljudi koji poseduju sposobnost da vide šansu u okruženju i da je iskoriste. Možda bi trebalo naglasiti da svi vlasnici malih firmi nisu i preduzetnici, ukoliko su voljni da vode posao koji se neće razvijati. Preduzetnici su okarakterisani na drugi način, kao ljudi sa kreativnošću i vizijom, koji svoje snove pretvaraju u realnost. Znači, pogrešno je poistovećivanje preduzetnika sa vlasnicima malih firmi ukoliko nemaju navedene karakteristike.

Karakteristika preduzetnika je i spremnost da preuzmu rizik, po čemu se zapravo i razlikuju od menadžera. Ovde je bitno naglasiti da preduzetnici mogu biti i u velikim i u malim kompanijama, mada se često preduzetnici poistovećuju sa vlasnicima malih firmi. Kada su u pitanju velike firme, teško je govoriti o preduzetništvu, jer su one uglavnom usmerene na efikasnost, efektivnost i uniformisanost svojih zaposlenih, pre nego na kreativnost, inovacije i motivisanost zaposlenih. Problem kod velikih firmi je što vremenom zaborave da je neophodno da sa rastom nastave da usvajaju promene, i ponekad da preuzimaju rizik. Zapravo, u velikim firmama, veliki broj preduzetnika može predstavljati izvor konflikta sa svojim različitim vizijama. Ovaj problem može biti rešen ukoliko se postavi odgovarajući menadžment, koji preduzetničke aktivnosti treba da podstiče na svim nivoima, a ne samo kod top menadžera. Ovaj preduzetnički pristup treba institucionalizovati, odnosno ugraditi u organizacionu kulturu, ali ga je isto tako neophodno usmeravati.

U skladu sa navedenim treba objasniti i pojam korporativnog preduzetništva, koji objašnjava preduzetničko ponašanje u već osnovanoj, većoj organizaciji ili kao aktivnost usmerena na stvaranje novog poslovanja u već osnovanim kompanijama. Cilj podsticanja preduzetničkog ponašanja u većim kompanijama jeste postizanje korporativne prednosti na svim nivoima jedne korporacije – korporacije, divizije, poslovne jedinice, projektnog tima.

## 2. Marketing strategije u preduzetništvu

Aktivnost preduzetništva je da produbi i proširi efektivnost organizacije kao sistematski, prethodni proces razmatranja strateških ciljeva organizacije i njihovo usvajanje. Njihovim sistematizovanjem se podstiče interno preduzetništvo u organizaciji sa čime se povećava efikasnost sistema organizacije. Drugim rečima, preduzetništvo u ovoj fazi zahteva od strukture koja upravlja organizacijom postavku preduzetničkog menadžmenta koji će realizovati usvojenu poslovnu politiku u organizaciji i na tržištu. To zahteva od organizacije da se aktivnostima preduzetništva ostavi dovoljno novih izazova. Ti izazovi se odnose na spoznaju, ovladavanje i izbor preduzetničkih strategija.

Od nekadašnje "strategije u preduzeću", nastala je poslovna strategija koja je opet postala bitan sastavni deo svake poslovne politike preduzeća, uz veliki broj knjiga napisan na tu temu. Međutim, ja nisam prošao ni kroz jednu raspravu o preduzetničkim strategijama. Pa ipak, one su značajne; one su jasne; one su različite.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**