

Uvod

Poslovanje preduzeća je kompleksno i podložno uticaju velikog broja ekonomskih i neekonomskih faktora, kao i uticaju brojnih internih i eksternih faktora koji utiču na njegovo funkcionisanje i rezultate.

2 Preduzeće i njegova pokretačka snaga

Preduzeće je privredni subjekat u okviru koga se u robno – novčanoj privredi obavlja određena privredna delatnost. Shvatanje pojma preduzeće menjalo se kroz istoriju, ali ono se uvek javljalo kao oblik odvijanja privrednih aktivnosti i manje ili više aktivni privrednik i društveni subjekt koje koristi razne sile i aktivnosti da bi ostvarilo određeni cilj.

Preduzeće se može definisati kao organizaciona, ekonomska i poslovna celina u kojoj se obavlja odr. aktivnost privrednog karaktera (proizvodnja, promet roba i obavljanje usluga) radi sticanja dohotka, odnosno dobiti. Preduzeće je osnovni oblik organizovanja subjekata u oblasti privredne delatnosti, na kome počiva privredni i celokupni društveni razvoj. Ono je skup ljudi i sredstava čija je uloga da obavi određene zadatke u procesu društvene reprodukcije. Preduzeća organizuju proizvodnju, nude tržištu određenu količinu roba, nastojeći da maksimiziraju svoju dobit. Kada odlučuje o proizvodnoj ponudi preduzeća nastoje da svoje proizvode prodaju po takvim cenama, kako bi pokrila cene koštanja (odnos ukupnih troškova proizvodnje i prometa po jedinici proizvoda) i ostvarila određeni iznos dobiti (npr. u vrednosti 10% cene koštanja).

Preduzeće u tržišnoj ekonomici pokreću ekonomski interesi. Osnovni pokretački resurs je preduzetnički interes. Pojedinačni, partnerski, akcionarski i državni interesi predstavljaju ključne ekonomske interese zbog čega se preduzeće osniva, postoji i razvija. Oni se ostvaruju kroz obavljanje proizvodnje i razmene proizvoda i usluga kojima se zadovoljavaju najšire shvaćene društvene potrebe, kao bazični globalni ekonomski interesi. Tako na primeru akcionarskog društva formiraju se sledeće interesne grupe i njihovi ciljevi

.....**NAMERNO UKLONJEN DEO TEKSTA**.....

Povoljni uslovi, odnosno jake strane datog preduzeća u odnosu na konkurente predstavljaju njegove diferencijalne prednosti kojima se menadžment služi pri utvrđivanju strategije. Konkretno preduzeće može da ima diferencijalne prednosti u odnosu na svoju konkurenciju u različitim vidovima kao što su - kvalitet proizvoda, -asortiman, -prodajne cene, -usluživanje kupaca, -disperziranost prodajne mreže i slično. Dakle, neophodno je uočiti prilike i pretnje (analiza spoljnog okruženja) s jedne strane kao i snage i slabosti (analiza unutrašnjeg okruženja) s druge strane a se u ilju ekonomske interese.

5. PRINCIP I CILJEVI PREDUZEĆA

5.1. PRINCIP JEDINSTVA SUPROTNIH INTERESA

Ciljevi preduzeća ostvaruju se proizvodnjom proizvoda odnosno ostvarenjem dohotka kao neto-rezultata reprodukcije. Te ciljeve ostvaruje kolektiv izvršavanjem ukupnog zadatka preduzeća.

Frakcionisanje ukupnog zadatka kolektiva na parcijalne zadatke i odgovarajuće funkcionisanje ukupnog procesa rada na parcijalne procese članova kolektiva otvara organizacioni problem očuvanja jedinstva interesa preduzeća i kolektiva kao celine i očuvanje izvesnih suprotnosti u postavljanju i završavanju parcijalnih zadataka. Ovaj problem se rešava primenom principa jedinstva suprotnih interesa.

Smisao i suština principa jedinstva suprotnih interesa je u tome da se poslovi kojima se izvršavaju parcijalni zadaci grupišu u službe srodnih poslova na taj način

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com