

NOVI METODI MENADŽMENTA I MARKETINGA U PODIZANJU KONKURENTNOSTI SRPSKE PRIVREDE

Redaktori

Prof. dr Nebojša Janićijević

Prof. dr Stipe Lovreta



UNIVERZITET U NOVOM SADU

EKONOMSKI
FAKULTET
SUBOTICA

Izdavač
**Centar za izdavačku delatnost
Ekonomskog fakulteta u Beogradu**
Kamenička 6, tel. 3021-045, faks 3021-065
E-mail: cid@ekof.bg.ac.rs

Dekan Ekonomskog fakulteta
Prof. dr Marko Backović

Direktor CID-a
Dr Đorđe Kaličanin

Tehnička priprema
Nadežda Stamatović

Dizajn korice
MaxNova

Štampa
ČUGURA PRINT - Beograd

Recenzenti
Prof. dr Steva Vasiljev
Prof. dr Biljana Bogičević Milikić

ISBN: 978-86-403-1179-3

© 2011.

Sva prava su zadržana. Ni jedan deo ove publikacije ne može biti reprodukovan niti smešten u sistem za pretraživanje ili transmitovanje u bilo kojem obliku, elektronski, mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način, bez prethodne pismene dozvole autora.

PREDGOVOR

Monografija "Novi metodi menadžmenta i marketinga u podizanju konkurentnosti srpske privrede" sadrži naučne radove u kojima su objavljeni rezultati najnovijih istraživanja domaćih istraživača u oblasti menadžmenta i marketinga. Monografija uključuje 25 naučnih radova koje je napisalo 47 autora. Najveći broj autora su istraživači i nastavnici na ekonomskim fakultetima u Srbiji, ali ima i autora koji dolaze iz poslovne zajednice. Radovi su, pre nego su pripremljeni za ovu monografiju, prezentirani na naučnom skupu koji je, pod nazivom "Novi metodi menadžmenta i marketinga u podizanju konkurentnosti srpske privrede", održan 15.10.2011. godina u Subotici u organizaciji Ekonomskog fakulteta u Subotici, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Naučnog društva ekonomista Srbije.

Cilj monografije je da komunicira kako akademskoj tako i poslovnoj zajednici najnovija dostignuća i rezultate istraživanja koji mogu da pomognu u razumevanju osnovnih problema, trendova i puteva unapređenja menadžmenta i marketinga u funkciji podizanja konkurentnosti srpske privrede. Polazna pretpostavka svih radova u monografiji je da konkurentnost preduzeća i ekonomske performanse privrede direktno zavise od efikasnosti u primeni izabrane menadžerske tehnologije. Stoga, od izuzetne je važnosti istraživanje stepena i načina primene savremenih metoda i tehnika menadžmenta i marketinga u preduzećima u Srbiji, kao i uticaja koji ta primena ima na konkurentnost preduzeća i ekonomske performanse privrede Srbije. Srpska privreda je deo svetske privrede i u procesu integracije Srbije u Evropsku uniju to će još više dolaziti do izražaja. Stoga, preduzeća u Srbiji moraju da primenjuju iste menadžerske tehnike, metode, koncepte i alate kao i preduzeća sa kojima se naša preduzeća takmiče na evropskom ili svetskom tržištu. Istraživanja čiji su rezultati prezentirani u monografiji donose saznanja domaćih istraživača o trendovima u razvoju savremene prakse menadžmenta, marketinga i sa njima povezanih oblasti kao i o mogućnosti primene tih trendova u privredi Srbije.

Monografija, takođe, predstavlja diseminaciju rezultata na projektu osnovnih naučnih istraživanja pod naslovom "Primena savremenih metoda menadžmenta i marketinga u unapređenju konkurentnosti preduzeća u Srbiji u procesu njene integracije u Evropsku uniju" koji je finansiran od strane Ministarstva za prosvetu i nauku.

Struktura monografije odgovara njenom naslovu i cilju te je stoga podeljena na tri dela. U prvom delu data su dva uvodna istraživanja, po jedno iz oblasti menadžmenta i marketinga. U drugom delu monografije je zatim prezentirano 10 radova iz oblasti menadžmenta, korporativnog upravljanja i finansijskog menadžmenta. U trećem delu monografije nalazi se 13 radova iz tri povezane oblasti: marketinga, trgovine i turizma.

Autori radova u monografiji se iskreno nadaju da će oni naći odjeka u poslovnoj praksi u Srbiji i da će saznanja do kojih su došli i koja su prezentirali u ovoj monografiji, pomoći menadžerima srpskih preduzeća da, podižući konkurentnost sopstvenih preduzeća, poboljšaju ukupne performanse srpske privrede.

Beograd, decembar 2011.

REDAKTORI

S A D R Ź A J

I UVOD	1
<i>Nebojša Janićijević</i>	
Uticaj organizacione kulture na organizaciono učenje, upravljanje znanjem i konkurentnost	3
<i>Stipe Lovreta, Jelena Končar, Goran Petković</i>	
Strategije izgradnje strukture kanala marketinga u funkciji jačanja konkurentnosti srpske privrede	23
II MENADŽMENT	41
<i>Mirjana Petković, Ana Aleksić Mirić, Marina Petrović</i>	
Izgradnja interorganizacionih procesa u funkciji podizanja konkurentnosti: primer klastera u Srbiji	43
<i>Nenad Vunjak, Milivoje Davidović, Tamara Antonijević</i>	
Upravljanje investicionim portfoliom u funkciji ostvarivanja superiornih korporativnih performansi banaka	59
<i>Verica Babić, Jelena Nikolić</i>	
Uticaj strukture vlasništva na performanse korporacija: poređenje tržišnih i tranzicionih ekonomija	75
<i>Marko Slavković</i>	
Regrutovanje, selekcija i obuka kadrova u malim i srednjim preduzećima: empirijska analiza	89
<i>Ljiljana Kontić</i>	
Istraživanje korporativnog preduzetništva u izabranim srpskim organizacijama	103
<i>Radmila Jablan Stefanović</i>	
Računovodstvo troškova u funkciji postizanja konkurentskih prednosti preduzeća	117
<i>Dušan Mojić</i>	
Uticaj kulturne distance na organizaciju multinacionalnih kompanija u Srbiji: nacrt istraživanja	131

<i>Iva Vuksanović, Vukašin Kuč</i> Mehanizmi podizanja kvaliteta korporativnog upravljanja u krizi	147
<i>Vesna Stojanović – Aleksić, Jelena Erić</i> Razvoj preduzetničkih potencijala zaposlenih – uloga kognitivnih faktora i strah od neuspeha	161
<i>Aleksandra Marcikić, Boris Radovanov</i> Obezbeđivanje i specifičnosti kvantifikacije intelektualnog kapitala kao izvora konkurentne prednosti	175
III MARKETING, TRGOVINA I TURIZAM	189
<i>Tomislav Sudarević</i> Viralni marketing u sklopu Web 2.0 marketing strategije	191
<i>Branko Rakita, Dušan Marković</i> Potencijali i izazovi primene pionirskih strategija ulaska na tržišta BRIK zemalja	203
<i>Branko Maričić, Aleksandar Đorđević, Jelena Filipović</i> Kreiranje iskustva u hotelima u cilju povećanja konkurentne prednosti	217
<i>Zoran Bogetić, Saša Veljković, Ljiljana Stanković</i> Značaj koncepta menadžmenta ključnih kupaca i primenau poslovnoj praksi preduzeća u Srbiji	233
<i>Goran Vukmirović, Dragan Stojković</i> Strategija i implementacija elektronske trgovine u podizanju konkurentnosti srpske privrede	249
<i>Galjina Ognjanov, Mirjana Gligorijević, Sanja Mitić</i> Značaj Interneta kao medija marketinških komunikacija u Srbiji	261
<i>Slobodan Aćimović, Veljko Mijušković</i> VMI koncept (upravljanje zalihama od strane prodavca) – šansa za unapređenje poslovanja u srpskoj privredi	275
<i>Stanka Čurović</i> Internacionalizacija poslovanja Mercatora u regiji Jugoistočne Evrope	289

<i>Sreten Čuzović, Svetlana Sokolov-Mladenović</i> Kreiranje konkurentne prednosti preduzeća u Srbiji u uslovima internacionalizacije trgovine – šanse i ograničenja	305
<i>Bojan Zečević</i> Koncepti konkurentnosti turističkih destinacija: značaj i primenjivost na slučaju Srbije	321
<i>Radojko Lukić</i> Ciljni troškovi kao faktor maloprodajnih cena	335
<i>Gordana Radosavljević, Katarina Borisavljević</i> Inovacije kao faktor preduzetništva u turizmu	353
<i>Božidar Roca, Nikola Milićević</i> Neadekvatna primena koncepta o ekonomskoj efikasnosti i privredno- sektorski logistički sistem	369

LITERATURA

- [1] Arvis, J. Mustra, M. Ojala, L. Shepherd, (2010). Connecting to Compete 2010 Trade Logistics in the Global Economy. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development/ The World Bank.
- [2] Cottam, T. (2011). Economy Politics 2nd annual index of Economic Efficiency of the World. Preuzeto sa sajta <http://www.economypolitics.com/p/economic-efficiency-index>.
- [3] DSi (2010). Shipping Brokers & Freight Logistics Management - Best In Class Performance. Preuzeto sa sajta <http://dsi-tms.com/shipping-brokers>.
- [4] Federalni zavod za statistiku Bosne i Hercegovine. (2010). Bruto domaći proizvod u Federaciji Bosne i Hercegovine za 2009. godinu. Preuzeto sa sajta www.fzs.ba.
- [5] Galić, J. Fabris, N. (2006). Politika deviznog kursa kao instrument konkurentnosti? Preuzeto sa sajta www.ekof.bg.ac.rs/nastava/osnovi_makro_ekonomije/radovi.
- [6] Hrvatska gospodarska komora. (2009). Preuzeto sa sajta www.hgk.hr.
- [7] Republički zavod za statistiku Republike Srbije. (2011). Bruto domaći proizvod Republike Srbije, 2006-2009. Preuzeto sa sajta <http://webzs.stat.gov.rs>.
- [8] Roca, B. (2004). Marketing logistika, Bački Petrovac: Kultura.
- [9] Schwab, K. (2011). The Global Competitiveness Report 2010-2011. Geneva: World Economic Forum.
- [10] Statistički ured Republike Slovenije (2009). Preuzeto sa sajta www.stat.si.
- [11] Statistička kancelarija Mađarske. (2009). Preuzeto sa sajta www.ksh.hu.
- [12] Unitedlog. (2010). Logistics Cost and Service 2010. Annual Global Conference, CSCMP. Preuzeto sa sajta www.unitedlog.cn/.../...
- [13] Zavod za statistiku Crne Gore. (2010). Statistički godišnjak 2010. Preuzeto sa sajta www.monstat.org.
- [14] Zelenika, R. Pupavac, D. (2008). Menadžment logističkih sistema. Rijeka: Ekonomski fakultet.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

005(082)
658.8(082)
338:339.137.2(497.11)(082)
338.48(497.11)(082)

NOVI metodi menadžmenta i marketinga u podizanju konkurentnosti srpske privrede / redaktori Nebojša Janičijević, Stipe Lovreta. - Beograd : Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, 2011 (Beograd : Čigura print). - [3], III, 382 str. : graf. prikazi, tabele ; 25 cm

Prema Predgovoru, monografija sadrži radove koji su prezentirani na istoimenom skupu održanom 15.10.2011. godine u Subotici. - Tiraž 200. - Str. [3]: Predgovor / redaktori. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija uz svaki rad. - Abstracts.

ISBN 978-86-403-1179-3

a) Менаџмент - Зборници b) Маркетинг - Зборници c) Привреда - Конкурентност - Србија - Зборници d) Туризам - Србија - Зборници
COBISS.SR-ID 188311564

- [18] Vunjak, N., Ćurčić, U., & Kovačević, L. (2008). *Korporativno i investiciono bankarstvo*. Bečej: Proleter a.d. Bečej, Ekonomski fakultet Subotica, BLC Banja Luka Colege.
- [19] Vunjak, N., Kovačević, L., & Ćurčić, U. (2011). *Strategijski menadžment u bankarstvu*. Subotica: Proleter a.d. Bečej, Ekonomski fakultet Subotica, Internacionalni univerzitet u Travniku.
- [20] Yahoo. (n.d.). *Yahoo Finance*. Preuzeto Jun 2011, 12. sa Composite Bond Rates: http://www.finance.yahoo.com/bonds/composite_bond_rates

UTICAJ STRUKTURE VLASNIŠTVA NA PERFORMANSE KORPORACIJA: POREĐENJE TRŽIŠNIH I TRANZICIONIH EKONOMIJA

THE EFFECT OF OWNERSHIP STRUCTURE ON FIRM PERFORMANCE: COMPARISON OF MARKET AND TRANSITION ECONOMIES

Verica Babić

Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, vbabic@kg.ac.rs

Jelena Nikolić

Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, jnikolic@kg.ac.rs

Rezime: Uspostavljanje korelacije između strukture vlasništva i performansi korporacija utemeljeno je na agencijskoj teoriji, prema kojoj postoji sukob interesa između vlasnika i menadžera. Polazeći od ovakve pretpostavke, ključna hipoteza u literaturi koja se bavi problemima razdvajanja vlasništva od kontrole je da je koncentracija vlasništva povezana sa većom profitabilnošću korporacija. Međutim, rezultati empirijskih studija koje se bave ispitivanjem ovog odnosa su nepotpuni i dvosmisleni. Zbog dihotomije rezultata važno je ispitati na koji način korelacija između navedenih varijabli zavisi od institucionalnog okvira i primenjenog modela korporativnog upravljanja. U radu se, pored koncentracije vlasništva, analizira efekat insajderskog vlasništva na performanse korporacija u tržišnim vs. tranzicionim ekonomijama.

Ključne reči: agencijski problem, struktura vlasništva, insajdersko vlasništvo, performanse.

Abstract: The study of correlation between ownership structure and corporate performance is based on the agency theory, according to which there is a conflict of interest between owners and managers. Following from this logic, the core hypothesis in the separation of ownership and control literature is that concentrated ownership is associated with higher profitability. However, the results of empirical studies dealing with the examination of this relationship are ambiguous. Due to results dichotomy it is important to investigate mutual influence of institutional framework and corporate governance models on the correlation between ownership structure and corporate performance. Depending on market vs. transition economies, we discuss about the effect of insider ownership on performance.

Keywords: agency problem, ownership structure, insider ownership, performance.

- [15] Lubatkin, M. H., Lane, P. J., Collin S. and Very, P. (2005a). An embeddedness framing of governance and opportunism: towards a cross-nationally accommodating theory of agency. *Journal of Organizational Behaviour*, 27, pp. 1-16.
- [16] Perrini, F., Rossi, G. & Rovetta, B. (2008). Does Ownership Structure Affect Performance? Evidence from the Italian Market. *Corporate Governance: An International Review*, 16 (4), pp. 312-335.
- [17] Sánchez-Ballesta, J. & García-Meca, E. (2007). A Meta-Analytic Vision of the Effect of Ownership Structure on Firm Performance. *Corporate Governance: An International Review* 15(5), pp. 879-893.
- [18] Thomsen, S. & Pedersen, T. (2000). Ownership Structure and Economic Performance in the Largest European Companies, *Strategic Management Journal*, 21, pp. 689-705.
- [19] Thomsen, S., Pedersen, T. and Kvist, H. K. (2006). Blockholder ownership: Effects on firm value in market and control based governance systems, *Journal of Corporate Finance*, 12, pp. 246-69.
- [20] Young, M., Peng, M., Ahlstrom, D., Bruton, G. & Yi Jiang (2008). Corporate Governance in Emerging Economies: A Review of the Principal-Principal Perspective, *Journal of Management Studies*, 45 (1), pp. 196-220.

REGRUTOVANJE, SELEKCIJA I OBUKA KADROVA U MALIM I SREDNJIM PREDUZEĆIMA: EMPRIJSKA ANALIZA

RECRUITMENT, SELECTION AND TRAINING STAFF IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE: EMPIRICAL ANALYSIS

Marko Slavković

Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, mslavkovic@kg.ac.rs

Rezime: Sektor malih i srednjih preduzeća, pored toga što predstavlja značajan generator novih radnih mesta, obezbeđuje i veliki doprinos razvoju nacionalne ekonomije kroz podizanje opšteg nivoa konkurentnosti. Pretpostavka njihovog uspešnog poslovanja i kontinuiranog razvoja je zasnovana na inovativnosti i racionalnoj upotrebi raspoloživih resursa. Upravljanje ljudskim resursima u malim i srednjim preduzećima ima određene specifičnosti koje zahtevaju poseban pristup primeren njihovoj veličini u odnosu na broj zaposlenih. Politika upravljanja ljudskim resursima u ovim preduzećima je opterećena činjenicom da u najvećem broju slučajeva ne postoji dovoljno instrumenata i alata za implementaciju pojedinih aktivnosti što za posledicu ima smanjenje njihovog konkurentskog potencijala. S druge strane, veličina ovih firmi omogućava značajan nivo fleksibilnosti i iznalaženje kreativnih solucija za regrutovanje, selekciju i obuku kadrova. Osnovni cilj rada je da identifikuje i analizira postojeću praksu u ovim aktivnostima u sektoru malih i srednjih preduzeća u Srbiji i da utvrdi smernice za njihovo unapređenje i poboljšanje. Rad je zasnovan na empirijskom istraživanju koje je obuhvatilo uzorak od 142 preduzeća na teritoriji Republike Srbije.

Ključne reči: MSP, Menadžment ljudskim resursima, Konkurentnost.

Abstract: Although it represents an important generator of new working places, sector of small and medium enterprises also provide a great contribution to the development of national economy by raising the general level of competitiveness. The assumption for their successful business and continuous development is based on innovations and rational use of available resources. Managing of human resources in small and medium enterprises has certain specificities that require special approach appropriate to their size in relation to the number of employees. Human resources management policy in these enterprises is burdened with the fact that in most cases there are no enough instruments and tools for implementation of certain activities which results in decreasing of their competitive potential. On the other hand, the size of these enterprises provides significant level of flexibility and finding creative solutions for recruiting, selection and training of employees. The basic goal of the paper is to identify and analyze existing practice in these activities in the sector of small and medium enterprises in Serbia and to establish guidelines for their improvement and advancement. This paper is based on