

KUD 62

**PRIMJENA SAVREMENE TEHNOLOGIJE U POSPJEŠIVANJU
RAZVOJA BIZNISA**

Dr. Husnija Bibuljica
h_biblujica@hotmail.com

Abstrakt

U ovom radu nastojao sam detaljnije odgovoriti na temu povezanost i uticaj savremene tehnologije na razvoj biznisa. Preduzetništvo i inovacija je danas u cijelom svijetu u središtu interesa jer se daljni privredni rast i smanjenje nezaposlenosti može zasnivati samo na preduzetničkom društvu. Preduzetničko društvo karakterizira preduzetnička ekonomija sa preduzetnicima u kojoj postoji veliki broj novih preduzetništva. Preduzetnik je osoba koja je spremna preuzeti rizik pokretanja poslovnih pothvata i osnivanja novog preduzetništva. Osnovna karakteristika preduzetničkog društva su stalno osnivanje raznovrsnih malih preduzetništva-preduzeća/obrtu koji nemaju zaposlenog ni jednog radnika do preduzetništva koja zapošljavaju do stotine zaposlenih. Privatno preduzetništvo na temelju iskustava u razvijenim zemljama a takođe i u Kosovu ima najučinkovitije ekonomsko poslovanje. Uspješnost preduzetništva zasniva se na stalnim promjenama i reagovanju na promjene. U osnovi svih promjena leži inoviranje proizvoda i usluga i visoka kvaliteta novih proizvoda koju jedino može potvrditi tržište.

Ključne riječi: Preduzetništvo, inovacija, privredni rast, tehnologija, poslovanje.

JEL klasifikacija: M21,O32,O33,Q55.

Abstract

In this paper, I tried to respond in more detail on the subject of connection and influence of modern technology on business development. Entrepreneurship and innovation is now world wide in the center of interest because the further economic growth and reduce unemployment may be based only on the entrepreneurial society. Capitalist society is characterized by entrepreneurial economy with entrepreneurs in whom there are a number of new businesses. The entrepreneur is a person who is willing to take the risk of starting business ventures and the establishment of new businesses. The main characteristics of entrepreneurial companies are constantly

establishing various small enterprising-companies/trades who have employed any workers to entrepreneurship employing up to hundreds of employees. Private entrepreneurship based on experiences undeveloped countries and also in Kosovo is the most efficient economic operations. The success of entrepreneurship is based on the constant changes and responds to changes. Basically all the changes lies the innovation of products and services and high quality new products that may only be confirmed by the market.

Keywords:

entrepreneurship, innovation, economic growth, technology, business.

JEL classification: M21,O32,O33,Q55.

Uvod

U menadžmentu primjene novih tehnologija i inovacija nameće se pitanje šta menadžer treba da zna o ulozi savremene tehnologije u strategiji razvoja preduzeća svih vrsta biznisa. Za menadžment malih i srednjih preduzeća novih tehnologija i inovacija i menadžment uopšte bitno je pitanje šta menadžer treba da zna o ulozi tehnologije i inovacije u strategiji firme. Jedan pristup polazi od toga da je tehnologija crna kutija i da je dovoljno znati kako funkcioniše, odnosno dovoljno je znati šta radi a ne i kako radi. Drugi pristup polazi od toga da je potrebno znati i šta radi i kako funkcioniše tehnološka crna kutija.

Polazimo od stava da za menadžera nije neophodno temeljito osnovno znanje iz nauke i tehnologije. Za menadžera je ključno da ovlada znanjima neophodnim za razumijevanje značaja novih tehnologija i inovacija u savremenoj poslovnoj aktivnosti i načina kako da se tehnološki i inovacioni potencijali iskoriste za poboljšanje funkcionisanja i razvoja firme i dostizanje, održavanje i razvoj konkurentskih prednosti ekonomskih subjekata. Način da se iskaže integracija tehnološke i proizvod-tržište strategije firme je da se izvrši dekompozicija svakog proizvoda i usluga u konstitutivne tehnologije i procjeni relativna snaga – stepen distinktivne kompetencije – firme uzimajući u obzir tehnologiju i prikaže putem proizvod/ tehnologija matrica.

Značaj tehnologije se može iskazati putem dodatne vrijednosti za potrošače određenim grupama proizvoda i putem potencijalne vrijednosti koja bi se mogla dodati ostalim grupama proizvoda. Značaj svake specifične tehnologije je zavisao od faze tehnološkog ciklusa u kojoj se nalazi. Relativna tehnološka pozicija može se iskazati poređenjem sa konkurentima putem nekih mjerljivih pokazatelja: patent, know-how, poslovna tajna,

=====

efekti krive učenja i ključna znanja.¹⁰⁹ Tehnološke promjene su jedna od ključnih snaga koje utiču na konkurentske prednosti firme i na koje je vrlo teško odgovoriti pravovremeno i na zadovoljavajući način. Integracija tehnologije i strategije je dinamički proces koji zahtjeva razumijevanje dinamike životnog ciklusa različitih tehnologija koje su angažovane u poslovnoj aktivnosti firme.

U tabeli 1. je prikazana veza između faza tehnološkog životnog ciklusa i potencijala za konkurentske prednosti. Važan element integracije tehnologije i strategije je postojanje kapaciteta za stalno tehnološko predviđanje. Različiti autori su prezentirali korisne tehnike za tehnološko predviđanje kao što su: funkcija tehnološkog progressa (S kriva), ekstrapolacija trenda, Delphi metod i razvojni scenario. O nekim od njih će biti više reči u ostalim djelovima knjige.

Tehnološke faze	
Životni ciklus	Značaj tehnologija za konkurentske prednosti
Tehnologije u razvoju	Još uvijek nisu ispoljile svoj potencijal za promjenu osnove konkurentnosti.
Zrele tehnologije	Ispljavaju potencijal za promjenu baze konkurentnosti.
Ključne tehnologije	Opredmećene su u proizvodima/procesima. Imaju najveći uticaj na tok dodatne vrijednosti (troškovi, karakteristike, cene). Omogućavaju vlasničku poziciju.
Bazne tehnologije	Neznatan uticaj na tok dodatne vrijednosti; zajedničke su za sve konkurente; robe.

Tabela 1. Životni ciklus tehnologije i konkurentske prednosti

1. PROCJENA INOVATIVNIH SPOSOBNOSTI

Menadžerska aktivnost u oblasti novih tehnologija i inovacija zahtjeva poznavanje inovacionih potencijala firme, ali i prepreka inovacionom procesu. Radi pomoći menadžeru u tom procesu, razvijen je okvir aktivnosti za procjenu inovacione sposobnosti (innovation capabilities audit) (prema Burgelman, Maidique, eds,1988).

Pet značajnih grupa varijabli utiče na inovacionu strategiju poslovne jedinice:

- Raspoloživost resursa za inovacionu aktivnost.

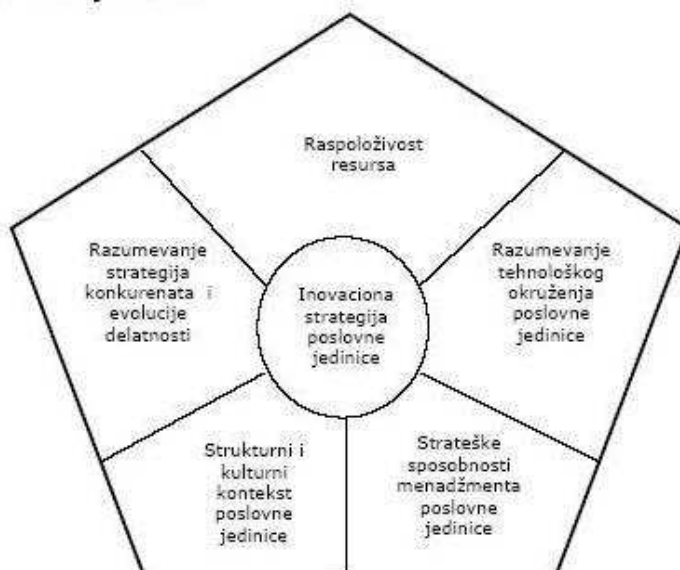
¹⁰⁹ Dragan N. Đuričin, Stevo V. Janošević i Đorđe M. Kaličanin (2009): Menadžment i strategija (četvrto, prerađeno i dopunjeno izdanje), Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, str.64.

- Sposobnost za razumijevanje konkurentskih strategija i evolucije privrednih djelatnosti sa stanovišta inovacija.
- Sposobnost za shvatanje tehnološkog razvoja relevantnog za poslovnu jedinicu.
- Strukturni i kulturni kontekst poslovne jedinice koji podržava interne preduzetničke inicijative.
- Sposobnost strateškog menadžmenta za bavljenje internim preduzetničkim inicijativama.

Prve tri napred navedene kategorije se odnose na formulaciju (1-3) a naredne dvije (4-5) na implementaciju inovacione strategije poslovne jedinice.¹¹⁰

Potrebno je utvrditi u kojoj mjeri inovacione sposobnosti korporacije povećavaju inovacione sposobnosti poslovne jedinice, odnosno da li su i koliko inovacione sposobnosti korporacije veće od sume inovacionih sposobnosti poslovnih jedinica. Korporativni nivo inovacionih sposobnosti se karakteriše sledećim pokazateljima:

- Obim i stopa razvoja novih proizvoda i servisa i/ili proizvodnog i distribucionog sistema, koje se izvedu iz kombinovanih inovacionih sposobnosti postojećih poslovnih jedinica.
- Obim i stopa razvoja novih poslovnih aktivnosti zasnovanih na korporativnom R&D i tehnološkom razvoju.
- Vrijeme ulaska na tržište, imajući u vidu prethodno.



Slika 2: Okvir za procjenu inovacionih sposobnosti. Nivo poslovne jedinice.

¹¹⁰ www.mailmeasap.com/searchatachedmngmnt

2. STRATEŠKI PRISTUPI U RAZVOJU BIZNISA

Pozitivni pristup strategiji se odnosi na aktuelnu strategiju preduzeća i na to kako da se ona ostvaruje. Normativni pogled se odnosi na to kakva bi strategija firme mogla biti. Pozitivni pristup strategiji firme odražava odnos top menadžmenta prema osnovi prošlog i tekućeg poslovnog uspeha.

Taj pristup se odnosi na sledeće činioce (Burgelman, 1983):

- jezgra kompetentnosti;
- proizvod/tržište agensi;
- ključne vrijednosti;
- zaposleni.

Za razumjevanje strategije preduzeća nije dovoljno poznavati, pogotovo ne samo, stavove i vjerovanja top menadžmenta o poslovnoj aktivnosti, nego i analizirati šta preduzeće zaista radi i u kojoj mjeri postoji saglasnost ili razlika između pozitivnog i normativnog, što se u stvarnosti ispoljava kao razlika između proklamovane strategije i strateške akcije.¹¹¹

Proizvod - tržište pristup strategiji se odnosi na to kako firma konkuriše sa svojim proizvodima i uslugama.

Pristup strategiji zasnovan na resursima polazi od toga kako firma obezbjeđuje faktore potrebne za kreiranje jezgara kompetentnosti i sposobnosti kao osnove za razvoj i održavanje konkurentskih prednosti. Tokom 1980-ih godina, normativni pristup strategiji zasnovan na resursima je bio jako rasprostranjen.

Porterov (1979, 1985) pristup pet sila:¹¹²

- novi učesnici,
- kupci,
- dobavljači,
- rivali,
- supstituti

Ovakav pristup ponudio je okvir za objašnjenje zašto su neke djelatnosti atraktivnije od drugih i zašto je pozicija neke firme takva u odnosu na rivale, kao i za formulisanje strateške akcije koja će imati uticaj na atraktivnost djelatnosti u cjelini i stratešku poziciju firmi pojedinačno. Normativni pristup o jezgrima kompetentnosti i sposobnosti tokom 1990-ih je evoluirao u pravcu integracije proizvod-tržište pristupa strategiji i pristupa zasnovanog na resursima. Istovremeno, shvatanje tehnologije je evoluiralo u pravcu jednog od najvažnijih elemenata definicije biznisa i konkurentске prednosti.

¹¹¹ Burgelman, 1994, str.45.

¹¹² Porter, str. 49.

3. KONKURENTSKE PREDNOSTI I USPJEŠNOST PRIVREDNIH SUBJEKATA

Postoji čitav niz različitih faktora čijim su nedostatkom ili obiljem objašnjavana obilježja međunarodne konkurentnosti ili nekonkurentnosti neke privrede ili firme.¹¹³ Internacionalna konkurentnost neke privrede se posmatrala kao makroekonomski fenomen na koji utiču različite varijable: kursevi valuta, kamatne stope, državni deficiti, brojnost i jeftinoća radne snage, posjedovanje i obilnost prirodnih bogatstava, politika državne uprave, organizaciona struktura poslovanja i dr.

Za značaj i rang svakog od ovih faktora za međunarodnu konkurentnost neke privrede postoji odgovarajuća argumentacija.

Svaki pokušaj da se, u savremenoj privredi, konkurentnost objasni isključivo na nivou ekonomskog prostora neke države je neadekvatan.

Transnacionalizacija proizvodnih procesa i sistema i stvaranje prostora u kojima postoji visoka koncentracija, integracija i intenzifikacija reprodukcioni procesa i koji obuhvataju jedan dio, segmente više privreda pojedinih država ili njih u cjelini, usmjeravaju pravac analize ne na cjelovite ekonomske prostore država, nego na određene industrijske grane i segmente u kojima se osobine konkurentnosti koncentrišu.

Suočavanje i odmeravanje domaćih proizvodnih subjekata sa međunarodnom konkurencijom utiče na stvaranje, u svakoj od privrednih grana i djelatnosti, apsolutnih standarda za odmeravanje vlastitih ekonomskih performansi neophodnih za uspešno uključanje u takmičenje na globalnom tržištu. Relativni standardi ekonomskih pokazatelja uzeti pojedinačno nisu dovoljni za ocjenu konkurentske uspješnosti. Pogotovo nije dovoljno samo upoređenje na lokalnom nivou sa drugim privrednim granama i djelatnostima unutar ekonomskog prostora neke države.

Mnoge tradicionalne djelatnosti u razvijenim zemljama i dalje imaju visoku proizvodnju po radniku, plaćaju visoke nadnice zaposlenima i njihova ekonomska obilježja su znatno bolja u odnosu na druge domaće privredne grane. Ali, u poređenju sa inostranim konkurentima koji su, takođe, poboljšali svoje ekonomske performanse, posebno nivo i tempo rasta produktivnosti, njihova obilježja konkurentnosti su znatno slabija. To za rezultat ima pad zaposlenosti, pad učešća u bruto domaćem proizvodu (GDP – Gross Domestic Product) i međunarodnoj trgovini i slabljenje značaja tih grana u cjelini u nacionalnoj privrednoj strukturi.¹¹⁴

Ne postoje privrede koje osobine konkurentnosti iskazuju i mogu ostvarivati u svim privrednim granama i njihovim segmentima.

¹¹³ Byars, Rue, Zahra: *Strategy in a Changing Environment*, Irwin, Chicago 1996.

¹¹⁴ Murray, D.: *Ethics in Organization*, Coopers & Lybrand, 1997.

Međunarodni ekonomski odnosi i međunarodna razmjena omogućavaju svakoj zemlji da obezbijedi sve potrebne proizvode i usluge koje sama ne proizvodi, a da se u domaćim konkurentnim granama podigne nivo i stopa rasta produktivnosti, specijalizacijom u onim privrednim granama i njihovim segmentima u kojima se koncentrišu konkurentske pozicije date privrede.

Tok međunarodnih ekonomskih odnosa i dinamičnost internacionalne konkurentnosti uzrokuje promjenu ili gubljenje starih, kao i na osvajanje, usavršavanje i poboljšavanje novih konkurentskih pozicija. To je i neophodan uslov da privreda neke države kao cjelina održi i unapređuje konkurentske pozicije u svjetskoj privredi. Globalna strategija, koja je nužan uslov konkurentskih prednosti svih poslovnih subjekata, znači i prodaju i kupovinu pod najpovoljnijim uslovima na globalnom tržištu.

To nije isto što i obično poslovanje širom svijeta, posebno ako nisu ostvarene pretpostavke i karakteristike integralne konkurentnosti i promjene TEP.¹¹⁵ Privrede pojedinih država uspijevaju na međunarodnom tržištu u onim privrednim granama i njihovim segmentima u kojima domaće prednosti dožive i međunarodnu verifikaciju. To se dešava u onim granama i segmentima čija obilježja, unapređenja i inovacije uspijevaju da aproksimiraju zahtjeve, uspostavljene norme i standarde međunarodnog konkurentskog takmičenja i tržišta.

4. KONKURENTSKE PREDNOSTI

Porter (1990) smatra da država ima najviše izgleda za uspjeh u onim industrijskim granama ili segmentima u kojima su najpovoljniji dijamant i, izraz koji koristi da bi označio odrednice sistema koje se međusobno podržavajući podupiru u ostvarivanju najpovoljnijih rezultata za sistem kao cjelinu.

Slabost bilo koje odrednice limitiraće potencijal cijele industrijske grane za unapređenje i poboljšanje. Prednosti u jednoj odrednici mogu da stvore ili da poboljšaju prednosti u drugima. Prednosti u čitavom dijamantu neophodne su za postizanje i održavanje konkurentskog uspjeha u privrednim granama koje zahtjevaju intenzivno korišćenje znanja, a sačinjavaju osnov strukture razvijenih privreda i svjetske privrede u cjelini. U osnovi koncepta konkurentske prednosti nalazi se inovacija i promjena, uključujući i promjenu i kreiranje konkurentskih prednosti.¹¹⁶

¹¹⁵ Vives (editor): *Corporate Governance, Theoretical & Empirical Perspectives*, Cambridge University Press, Boston, 2000.

¹¹⁶ Gregory G., G. T. Lumpkin i Alan B. Eisner (2007): *Strategijski menadžment*, Beograd, str.22.

Porter u okviru obimnog istraživanja, kojim je obuhvaćeno izučavanje konkurentskih prednosti deset nacionalnih privreda koje sa preko 50% učestvuju u svjetskom izvozu 1985. godine, svoju pažnju fokusira na proces postizanja i usvršavanja konkurentskih prednosti u relativno sofisticiranim djelatnostima i njihovim segmentima, te na konkurentske prednosti privrednih grana i segmenata koje su značajni činioci u međunarodnoj trgovini.

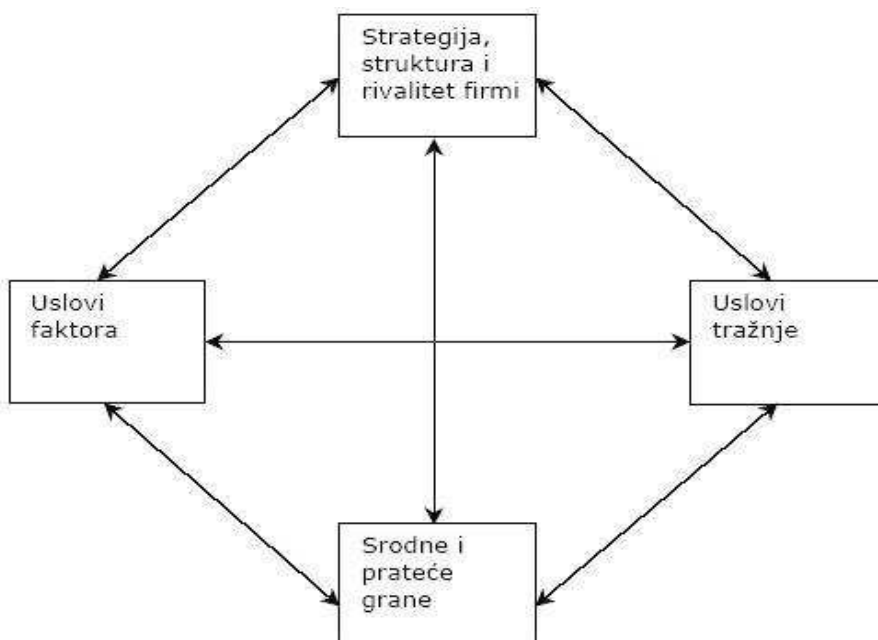
Analizirane su samo one grane i djelatnosti koje su u izučavanim zemljama baza njihove konkurentnosti. Odgovor na pitanje zašto neka država postiže međunarodni uspjeh u nekoj privrednoj grani ili segmentu, prema njemu, leži u četiri globalna atributa od kojih zavisi stimulativnost okruženja u kome se lokalne firme takmiče.¹¹⁷

- Faktor uslova. Položaj zemlje u pogledu proizvodnih faktora, kao što su kvalifikovana radna snaga ili infrastruktura, neophodnih za konkurenciju u datoj djelatnosti.
- Tražnja. Priroda domaće tražnje za proizvodima i uslugama privrednih grana.
- Srodne i prateće privredne grane. Prisustvo ili odsustvo međunarodno konkurentnih dobavljača i srodnih privrednih grana na domaćem terenu.
- Strategija, struktura i rivalitet firmi. Uslovi pod kojima se u zemlji određuje način stvaranja preduzeća, njihova organizacija i način na koji se njima upravlja i priroda domaće konkurencije.

Postoje još dvije dodatne varijable:

- Slučaj. Razni događaji izvan kontrole firme, a često i vlade država o kojoj je riječ, kao što su čist pronalazak, proboj u osnovnoj tehnologiji, spoljnopolitički događaji i veći zaokreti u tražnji na inostranom tržištu.
- Državna uprava. Administracija na svim nivoima može da pojača, poboljša ili oslabi nacionalne konkurentske pozicije.

¹¹⁷ Porter, 1990., str. 122.



Slika 3. Determinante konkurentske prednosti države

5. ZAKLJUČAK

Unapređivanje kvaliteta poslovanja postaje imperativ savremenog tržišta i globalnih tokova. Implementacija sistema kvaliteta prema zahtjevima serije standarda ISO 9000 i uspostavljanje procesa stalnog unapređivanja kvaliteta, zajedno sa primjenom tehnika reinženjeringa, predstavlja osnovu za unapređivanje produktivnosti poslovanja MSP i kreiranja konkurentske prednosti na međunarodnom tržištu, prevashodno zbog tržišne i tehnološke fleksibilnosti preduzeća iz ove grupe. Za primjenu savremenih metoda i tehnika menadžmenta, kao načina efikasnog upravljanja preduzećem i njegovim aktivnostima, sve više su potrebna odgovarajuća znanja i veštine koja se dobijaju u specijalizovanim školama. Najveći broj prve generacije preduzetnika danas školuje svoju djecu na brojnim fakultetima menadžmenta, ekonomije, finansija, marketinga, poslovne informatike, i dr. To je dobar znak da se pristup menadžmentu mijenja. Ulaganje u znanje je investicija koja se višestruko isplati. Osim institucionalnog visokoškolskog obrazovanja, postoji niz drugih načina da se menadžment preduzeća i zaposleni obrazuju i to u okviru različitih programa funkcionalnog obrazovanja -seminara, kurseva i radionica.

Poželjno je da mala i srednja preduzeća koriste konsultante jednako i u primjeni razvojnog menadžmenta. MSP, mogu razvijati samo određene menadžerske funkcije, a za ostale potrebe razvoja poslovnih aktivnosti, rješenje pronalaze u outsourcing-u, odnosno povremenom angažovanju spoljnih saradnika i konsultanata.

LITERATURA

1. Byars, Rue, Zahra: *Strategy in a Changing Environment*, Irwin, Chicago 1996.
2. Murray, D.: *Ethics in Organization*, Coopers & Lybrand, 1997.
3. Vives (editor): *Corporate Governance, Theoretical & Empirical Perspectives*, Cambridge University Press, Boston, 2000.
4. Gregory G. Dess, G. T. Lumpkin i Alan B. Eisner (2007): *Strategijski menadžment* (treće izdanje), Data status, Beograd.
5. Dragan N. Đuričin, Stevo V. Janošević i Đorđe M. Kalićanin (2009): *Menadžment i strategija* (četvrto, prerađeno i dopunjeno izdanje), Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
6. Porter.
7. J. Todorović, S. Janošević, D. Đuričin: *Strategijski menadžment*, Institut za tržišna istraživanja, Beograd, 2000.
8. Deželjin, J. i dr.: *Poduzetnički menadžment - izazov, rizik, zadovoljstvo*, II. izdanje, Alinea, Zagreb, 2002.
9. Buble, M: *Osnove menadžmenta*, Sinergija, Zagreb, 2006.
10. Žugaj, M., R. Brčić: *Menadžment*, "Varteks"d.d., P.J. Tiskara Varaždin, 2003.

- Ostali izvori -

- www.google.com

- www.yahoo.com

- www.mailmeasap.com/searchatachedmngmnt