

KUD005.3

RAZVOJ PREDUZETNIŠTVA KAO PREDUSLOV ZA UNAPREĐIVANJE KONKURENTNOSTI U BIZNISU

Dr. Mujo Dacić
mujodacic@yahoo.com

Abstrakt

U ovom radu analiziraju se neophodnost primjene savremenog koncepta preduzetništva u organizacijama u funkciji ostvarivanja ciljeva poslovne izrsnosti. Preduzetničko ponašanje jeste način razmišljanja, opredeljen kreativnim pristupom poslovanju, koji sve više poprima oblik korporativnog preduzetništva. Suština je u prihvatanju rizika i promena zasnovanim na inovativnom delovanju, koje stvaraju uslove za razvoj poslovnih subjekata i privrede u cjelini. Model za unapređenje kvaliteta poslovanja domaćih preduzeća po osnovu primene koncepta korporativnog preduzetništva podrazumijeva slijedeće elemente: zadovoljenje zahtjeva korisnika, procesni pristup upravljanju organizacijom, kao i stalno unapređenje poslovanja.

Ključne riječi: preduzetništvo, kvalitet, konkurentnost, poslovna izvrsnost, znanje, zadovoljstvo korisnika.

THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEUR AS A PRECONDITION FOR IMPROVEMENT OF COMPANY'S COMPETITIVENESS

Abstract

Analyzed in this thesis the necessity to apply modern entrepreneurship concept in organizations aimed at attaining business excellence goals. Entrepreneurship behavior is in fact a way of thinking, determined by creative business approach, which increasingly assumes a form of corporate entrepreneurship. The essence is in accepting the risk and change based on innovative operation, which creates conditions for development of companies and economy in whole. The model for improving domestic company business quality by implementing a corporate entrepreneurship concept implies the following elements: meeting customer needs, process approach to organization management, continuous business improvement.

Keywords: entrepreneurship, quality, competitiveness, business excellence, knowledge, customer satisfaction.

1. SAVREMENE TENDENCIJE U RAZVOJU PREDUZETNIŠTVA

U savremenoj privredi osnova uspešnog poslovanja, pogotovu u globalnim okvirima, jeste stvaranje povoljne klime u organizaciji koja forsira preduzetničko ponašanje, inovativnost i fleksibilnost. Prema savremenim shvatanjima *preduzetnik više ne mora da bude pojedinac, koji je vlasnik biznisa*. Preduzetnik može biti i pojedinac koji je zaposlen kod poslodavca, ali da poseduje osobine koje su karakteristične za preduzetničko ponašanje. Prema Drakeru, (1, str. 122), poslovima u organizaciji se bez obzira na veličinu mora upravljati na preduzetnički način, da bi preduzeće postalo preduzetnička organizacija. Sve više preduzeća, bez obzira na veličinu, finansijsku snagu i svojinske odnose, počinje da se ponaša preduzetnički, usvajajući osnovne postulate preduzetničkog poslovanja i koristeći preduzetnički menadžment.

Preduzetničko ponašanje u savremenoj organizaciji se ne povezuje isključivo za jedno lice i njegove sposobnosti i iskustvo, već se sve više oslanja na timski rad. U tom smislu razvijen je model *korporativnog preduzetništva*, koji potencira timski rad, čiji su članovi motivisani da rade na postizanju uspeha i prihvatanju rizika. Preduzetništvo danas podrazumeva kontinualni kreativni proces, čiji je osnovni cilj implementiranje inovacija u organizaciju u funkciji uspešnog poslovanja i rešavanja problema potrošača i društva. Odnos prema potrošaču postaje značajan faktor pored kvaliteta proizvoda. Savremena organizacija mora svoje poslovanje da bazira na preduzetničkom konceptu ponašanja, koji potencira strategijski pristup baziran na prihvatanju rizika, kreativnosti, inovaciji i odgovornosti svakog pojedinca za poslovanje organizacije. Ovde se posebni akcent stavlja na inovatorstvu, zbog činjenice da se naše društvo zasniva na znanju.

Velika preduzeća moraju da podstiču preduzetništvo da bi prebrodila teškoće sa kojima se suočavaju dok uče kako da rade sa partnerima ili saveznicima. Velika preduzeća u svojoj organizacionoj strukturi stvaraju jedinicu kola se ponaša potpuno drugačije od ostatka organizacije. Draker smatra da veličina nije prepreka za uspeh u domenu preduzetništva i inovacija, (2, str. 173). Veliki sistemi su tokom vremena razvili modele preduzetničkog ponašanja i razvoja preduzetničke klime, koji su omogućili da budu konkurentni sa preduzećima srednje veličine. Zapravo, najmanja preduzeća (mikro i mala preduzeća) su ujedno i najmanje

inovativna, zbog činjenice da posluju u uslovima resursnog siromaštva – opšti nedostatak kadrova, finansijskih sredstava, opreme i najviše znanja. Veličina sama po sebi nije prepreka za preduzetništvo. Konvencionalna poslovna logika greši samo u jednoj činjenici, a to je da su preduzetničko ponašanje i inovacije nešto što je spontano, prirodno i apsolutno kreativno. Suština je u tome da preduzetništvo u savremenim uslovima poslovanja nije "urođena karakteristika" niti rezultat "prirodnih kreativnih procesa".

Draker, (3, str. 82) smatra da svaka velika kompanija mora da bude u stanju da istovremeno radi tri bitne stvari – **da unapređuje, da proširuje i da inovira**. Draker naglašava da on još uvek ne poznaje takvu kompaniju, ali da postoji veliki broj kompanija koje rade na tome. Današnjim poslovnim svetom vladaju visokoobrazovani menadžeri - radnici znanja – koji znanje primenjuju na znanje i brinu se o stalnom unapređenju produktivnosti poslovanja, koje je zasnovano na stalnom unapređenju produktivnosti znanja. Umesto poslovnog lidera sa preduzetničkom vizijom, u velikim korporacijama dominiraju menadžeri koji rade u timovima. Preduzetništvo je rad, trud, napor. Preduzeća moraju **svesno i organizovano da primenjuju preduzetnički koncept i da se preduzetnički ponašaju**, kao i da svesno kreću u proces inoviranja. Da bi postojeće preduzeće bilo sposobno da sistemski preduzima inovacije ono mora da stvori odgovarajuću organizacionu strukturu koja zaposlenima dozvoljava da se preduzetnički ponašaju. Preduzeće mora da uspostavi takav sistem veza i odnosa koji će omogućiti fokusiranje na preduzetničko ponašanje. U savremenom poslovanju **preduzetništvo je pre pitanje ponašanja organizacije i definisanja poslovne politike i primene odgovarajuće poslovne prakse, a manje pitanje ličnosti**. Preduzeće koje želi uspeh u turbulentnom i kompleksnom poslovnom okruženju mora da u organizacionu strukturu ugradi preduzetnički menadžment, odnosno preduzetnički način rukovođenja. Ono mora da usvoji takvu poslovnu politiku koja će organizaciju stvoriti sposobnom za inovacije. Pitanje primene korporativnog preduzetništva je od izuzetne važnosti za preduzeća koja dolaze iz zemalja u tranziciji. Zaokruživanje procesa tranzicije, odnosno izmena ekonomske strukture društva – privatizacija, tržišno privređivanje, liberalizacija ekonomskih odnosa sa inostranstvom, itd, predstavlja osnovni preduslov uspešnog uključivanja u međunarodne ekonomske tokove. Proces tranzicije treba da omogući da se ekonomski subjekti u zemlji u tranziciji osposobe za samostalni tržišni nastup, za zdravu konkurentsku borbu i za poslovanje u međunarodnim okvirima. Ovo podrazumeva značajne promjene kako u organizacionoj strukturi poslovnog subjekta, tako i u načinu razmišljanja rukovodstva i zaposlenih u organizacijama. Ključna uloga u ovom procesu se nalazi na izvršnom rukovodstvu i domaćim vlasnicima kapitala, koji treba

da uspostave zdrave tržišne osnove poslovanja, bazirane na stalnom unapređivanju znanja svih zaposlenih i produktivnosti rada.

Da bi se omogućio nesmetani ekonomski razvoj, neophodno je da se na svim nivoima prihvati model preduzetničkog ponašanja. Sve poslovne organizacije koje posluju u tranzicionim ekonomijama, treba da stvore po osnovu primene preduzetničkog ponašanja preduslove za uspešnu tržišnu borbu u uslovima globalnog tržišta. Tisen, Andrisen i Depre (4, str. 109), smatraju da mi živimo u periodu tranzicije – tranzicija od poslednjih dana industrijske ekonomije ka prvim danima ekonomije znanja. Pomeramo se od automatizovanog pokreta ka automatizovanom znanju. Sektor usluga postaje glavna tačka na koju je usmerena naša pažnja. Zapošljavanje u toj oblasti raste, dok u svakoj drugoj opada. Ukoliko uzmemo u obzir i napred iznesene stavove, pitanje primjene korporativnog preduzetništva u tanzicionim ekonomijama još više dobija na značaju.

Primjena koncepta korporativnog preduzetništva treba da omogućiti formiranje uslova za uspješniji tržišni nastup i za postizanje konkurentne sposobnosti preduzeća iz tranzicionih ekonomija. Osnovni pokretač ovih aktivnosti mora da bude unapređivanje produktivnosti znanja izvršnog rukovodstva, kao i unapređivanje znanja svih zaposlenih u organizaciji. Uspješno poslovanje u 21. vijeku zavisiće od odnosa preduzeća prema narastajućoj potrebi za znanjem i primjenom najnovijih tehnoloških dostignuća u upravljanju preduzećem, kao i od sposobnosti za transfer informacija ka ciljnoj grupi potrošača i kupaca na najbrži, najrazumljiviji i najefikasniji način.

3. PREDUZETNIŠTVO I UNAPREĐIVANJE BIZNISA

Unapređivanje poslovanja preduzeća mora da se zasniva na primjeni menadžment tehnika koje podržavaju konkurentnost, inovativnost i fleksibilnost, kao i na interventnom unapređivanju znanja zaposlenih u njima, a posebno izvršnog rukovodstva. Preduzeća iz zemalja u tranziciji, bez obzira na njihovu trenutnu tržišnu poziciju i finansijsku snagu, potrebno je preprojektovati i definisati osnovne postulate poslovanja na novim, efikasnijim osnovama.

Tisen, Andrisen i Depre smatraju da su organizacije u stalnim promjenama ali sada, kada se pojavila nova upravljačka paradigma, kada prelazimo iz industrijske u ekonomiju znanja, vidimo da više nije stvar samo finog, tihog, podešavanja. To je jednostavno nova igra i sve kompanije su ponovo na startnoj liniji, (4, str. 160).

Model za unapređenje kvaliteta poslovanja preduzeća po osnovu primjene koncepta korporativnog preduzetništva podrazumeva sledeće elemente:

- *zadovoljenje zahtjeva korisnika,*
- *procesni pristup upravljanju organizacijom,*
- *stalno unapređenje poslovanja.*

Savremeno poslovanje mora početi od potrošača, odnosno korisnika. Kupci, potrošači i korisnici usluga, koji se svi objedinjuju zajedničkim terminom korisnici, predstavljaju početnu i završnu tačku bilo koje tržišne aktivnosti. Svi poslovni procesi u organizaciji treba da se fokusiraju na povećanje vrednosti za korisnike, po osnovu realizovanih proizvoda i usluga. Porter smatra (6, str. 22), da konkurentska prednost u suštini nastaje iz vrednosti koju je firma u stanju da stvori za svoje kupce, a koja prevazilazi troškove njenog stvaranja. Vrijednost je ono što su kupci voljni da plate, a izuzetna vrijednost proističe iz ponude nižih cijena od konkurentskih za podjednaku korist, ili iz jedinstvene koristi koja u velikoj mjeri neutrališe višu cijenu.

Procesni pristup predstavlja osnovni postulat modela. Procesni pristup podrazumeva upravljanje na bazi procesa – pojedinačne aktivnosti se ne posmatraju već skupovi aktivnosti koji čine proces. Proces se onda objedinjavaju u mega proces – polazi se od potrebe da se prvo sagleda cjelina organizacije. Stalno unapređenje poslovanja predstavlja osnovu za postizanje poslovne izvrsnosti. Proces stalnog unapređenja zasniva se na činjeničnom pristupu odlučivanju. U tom smislu, najbitnije je prikupiti podatke koje treba analizirati da bi se na osnovu njih mogle formirati informacije koje se uključuju kao inputi u narednu fazu procesa planiranja u ciklusu upravljanja organizacijom. Model kontinualnog poboljšanja podrazumeva i mjerenje performansi. *Faze kontinualnog poboljšanja su: uočavanje problema, dijagnoza problema, plan poboljšanja, primjena plana, proces monitoringa,* (7). Ovako postavljeni model uzima u obzir i specifičnosti domaćeg poslovnog ambijenta, koji podrazumijeva definisanje pravaca za savlađivanje prepreka u postizanju konkurentnosti domaćih preduzeća, kao i razvoj onih elemenata koji omogućuju unapređenje konkurentnosti.

Sa odvijanjem procesa tranzicije, znanje će sve više biti faktor opredeljujućeg značaja za razvoj preduzetništva u ekonomijama u tranziciji. Kao jedna od mogućih varijanti unapređenja preduzetništva javlja se i proces obrazovanja iz oblasti preduzetništva. Ovde se misli na obrazovanje stručnjaka i rukovodilaca preduzeća, bez obira na karakter svojine, a iz razloga identičnosti principa preduzetničkog poslovanja. Osnovni zadatak obrazovanja za preduzetništvo jeste sticanje znanja koja su neophodna da bi se uspješno rukovodilo biznisom i/ili preduzećem. a u cilju povećanja produktivnosti kako rada tako i znanja. Krajnji cilj jeste *poslovno opismenjavanje za adekvatno upravljanje poslovanjem.*

Prema nekim shvatanjima (4, str. 160), smatra se da su *danās bitna tri pravila* u poslovanju:

1. *Najpametnija kompanija pobeđuje,*
2. *Biti najpametnija kompanija, znači imati najpametnije ljude,*
3. *Da bi imao najpametnije ljude, nemoj prestati da učiš.*

Ova tri pravila mogu i da se sažmu u jedno – upravljanje pametnim procesima kreiranja znanja unutar pametne organizacije je način da se pobjedi konkurencija.

Obrazovanje za preduzetništvo mora da stvori *uslove i klimu* koja će omogućiti da se novostečeno znanje primjeni na rad i znanje (akcenat nije samo na tome šta da se radi već i kako da se radi). U tom smislu, ukupan rezultat obrazovanja za preduzetništvo mora biti preduzetnik i menadžer, na koga se može primijeniti u svijetu opšteprihvaćena definicija: "onaj koji je odgovoran za primjenu i praktičnu izvođačku stranu znanja". Obrazovanje za preduzetništvo uključuje u sebe i:

1. *Sticanje* znanja i razvijanje sposobnosti za stvaralaštvo, za rješavanje problema, razvijanje preduzetničkog stila i preduzetništva kod mladih i odraslih, u formalnom smislu obrazovanja,
2. *Podizanje* nivoa znanja i sposobnosti za vođenje biznisa kod postojećih preduzetnika i rukovodilaca (finansijsko i pravno poslovanje, informatika, menadžment, marketing, poslovno komuniciranje),
3. *Osposobljavanje* nezaposlenih i tehnološkog viška za pokretanje sopstvenog biznisa, (8, str. 260).

Posebna pažnja se mora posvetiti *implementiranju novih pristupa upravljanju*, kako u konceptijskom, tako i u organizacionom smislu. Prema Drakeru, (9, str. 30), djelotvornost je navika, tj. skup utvrđenih postupaka, a postupke je uvijek moguće naučiti. Ovdje se posebno misli na šire prihvatanje novog modela marketinga, opredeljenog tehnološkim razvojem, a u komunikacionoj komponenti marketinga predstavljenog kroz model integrisanog marketing komuniciranja, zatim razvoj integrisanih menadžment sistema baziranih na standardima upravljanja kvalitetom, primjenu tehnika benčmarkinga i reinženjeringa, itd.

Koncept reinženjeringa je posebno zanimljiv za primjenu kod preduzeća zemalja u tranziciji jer se bazira na potpunom redefinisaju svih poslovnih procesa u preduzeću u funkciji kreiranja konkurentne sposobnosti i stvaranja uslova za rast i razvoj preduzeća. Preprojektovanje organizacije mora se bazirati na tržišnoj, organizacionoj, tehnološkoj i vlasničkoj transformaciji, pri čemu je vlasnička transformacija domaćih preduzeća osnov za uspješnu realizaciju integralnog koncepta.

4. ZAKLJUČAK

Ekonomija preduzetništva predstavlja realnost u globalnoj privredi, gde se broj konkurenata svakim danom povećava. Nacionalna privreda, koja podržava preduzetnički duh, stvara uslove za povećanje produktivnosti kroz investiranje u individualnu sposobnost pojedinca u društvu, kao i svake firme, bez obzira na oblik organizacije i karakter vlasništva. Najbitniji **pravci delovanja** u funkciji razvoja preduzetničke ekonomije su: *ograničiti delovanje birokratskog aparata, stvaranje jednakih uslovi privređivanja za sve, uspostaviti preduzetničku klimu na nivou privrede.*

Osnovni zadatak savremene organizacije jeste odgovornost za produktivnost, prevashodno znanja, a ona je osnovni preduslov za unapređivanje kvaliteta poslovanja preduzeća i tržišni uspjeh. Jedan od svakako najznačajnijih problema ekonomija u tranziciji, koji u dobroj meri uslovljava loš tržišni nastup preduzeća na međunarodnom tržištu, svakako je **neadekvatna upotreba znanja**, pri čemu se prevashodno misli na znanja koja su potrebna za efikasno upravljanje preduzećem. Poslovanje preduzeća iz zemalja u tranziciji mora da se zasniva na **primjeni menadžment tehnika** koje podržavaju konkurentnost, inovativnost i fleksibilnost, kao i na interventnom unapređivanju znanja zaposlenih u njima, a posebno izvršnog rukovodstva. Primjena koncepta **korporativnog preduzetništva** u preduzećima treba da omogući **formiranje uslova za uspješniji tržišni nastup** i za **postizanje konkurentne sposobnosti domaćih preduzeća**. Osnovni pokretač ovih aktivnosti mora da bude znanje.

LITERATURA

1. Drucker Peter, Moj pogled na menadžment, Adižes, Novi Sad, 2003.
2. Drucker Peter, Inovacije i preduzetništvo, PS Grmeč-Privredni Pregled, Beograd, 1996.
3. Drucker Peter, Upravljanje u novom društvu, Adižes, Novi Sad, 2005.
4. Tisen R., Andrisen D., Depre F.L., Dividenda znanja, Adižes, Novi Sad, 2006.
5. Petrović Nenad, Primjena koncepta korporativnog preduzetništva u funkciji unapređenja konkurentnosti domaćih preduzeća, TF Mihajlo Pupin, Zrenjanin, 2008.
6. Porter Majkl, Konkurentna prednost, Asee, Novi Sad, 2007.
7. Measuring success in workforce, development programs, Simply Better, 2001., www.simplybetter.org.

8. Sajfert Z., Bešić C., Petrović N., Uloga korporativnog preduzetništva u procesu unapređenja kvaliteta poslovanja domaćih preduzeća, zbornik radova Međunarodne konvencije kvaliteta "Kvalitetom ka evropskim i svetskim intergacijama", Beograd, 27-29. maj 2008., JUSK, Beograd, str. 259-260.
9. Drucker Peter, Vještina delotovrnog direktora, Adižes, Novi Sad, 2006.