

PREDUZETNIŠTVO I NJEGOV UTICAJ NA RAZVOJ PREDUZEĆA U 21. VEKU

ENTREPRENEURSHIP AND ITS INFLUENCE ON THE ENTERPRISES OF THE 21ST CENTURY

Dr Milan Martinović

Visoka poslovno-tehnička škola strukovnih studija Užice
e-mail: milan.martinovic@vpts.edu.rs

Mr Zorica Tanasković

Visoka poslovno-tehnička škola strukovnih studija Užice

Sažetak

Fenomen preduzetništva nalazi se u uzročno-posledičnoj vezi sa fenomenom promene. Kao što promene nastaju usled nekih preduzetničkih aktivnosti, tako i preduzetničke inicijative rezultuju kao odgovor na neke promene.

Preduzetništvo se oslanja na pojedince koji posebnim postupkom oblikuju stvarnost u težnji da na najbolji način iskoriste svoje i/ili tuđe znanje i iskustvo, sopstvena ili pozajmljena sredstva, raspoloživu opremu, objekte i ostalo što je neophodno da bi se krenulo u određene poslovne poduhvate.

Abstract

The phenomenon of entrepreneurship is causally related to the phenomenon of change itself. As changes occur due to some entrepreneurial activities, entrepreneurial initiatives represent a result and a response to some changes.

Entrepreneurship relies on individuals who shape the reality of the procedure in a fashion of their own, in order to make the most of their own and / or other's knowledge

and experience, their own or borrowed funds, available equipment, facilities, etc., which is essential for setting out to certain business ventures.

Ključne reči: preduzetništvo, promene, organizacija preduzeća.

Keywords: entrepreneurship, change, company organization.

1. Uvod

Svet današnjice u mnogo čemu razlikuje se od onog na koji su navikle nešto starije generacije. Jedna od ključnih odrednica koje definišu današnji svet je reč PROMENA. Promene, ustvari, znače život – poslovni i lični. One donose šanse, ali izazivaju i probleme, a u biznisu je pogubno baviti se samo šansama, a probleme zanemarivati. Promene u biznisu ne treba sprečavati, već njima osmišljeno upravljati.

Fenomen promena javlja se u uzročno-posledičnoj vezi sa bazičnim promenama koje menjaju poslovni ambijent i način poslovanja savremenih preduzetničkih organizacija. To su:

√ Globalizacija

- √ Tehnološki razvoj-informatika, kompjuterizacija i robotizacija
- √ Strukturne promene-kreativne industrije
- √ Organizacione promene
- √ Institucionalne promene
- √ Demografske promene
- √ Sociološke promene
- √ Psihološke promene

Preduzetništvo predstavlja adekvatan odgovor na izazove okruženja.

Iako su izazovi okruženja teži i složeniji nego ranije, gotovo sve pojedinačne sile sadržane u prikazanim megatrendovima, pa i njihove rezultante, deluju podsticajnije nego ikada na širenje fenomena preduzetništva.

Menadžeri sa preduzetničkim duhom, načinom mišljenja i pristupom poslovnim situacijama inspiratori su i realizatori promena. Pritom, na njima je visok stepen lične odgovornosti za uspeh preduzetničkih poduhvata.

Savremeno tumačenje preduzetništva vezuje se za nastanak i delovanje preduzeća.

Preduzetništvo je osnova i ishodište preduzeća, kao organizacijskog oblika delovanja preduzetnika. Imati sopstveni biznis i uživati u odabranom poslu – postaje „novi veliki američki san“ koji se postepeno prenosi na preduzetnike u zemljama u tranziciji.

2. Organizacija preduzeća u budućnosti

Organizacija preduzeća može biti od ključne važnosti za njegov uspeh. Postoje tri osnovna oblika organizovanja: inokosno preduzeće (preduzeće jednog vlasnika), partnersko preduzeće i akcionarska društva koja se u poslovnom žargonu najčešće nazivaju korporacije. Interesantan fenomen 21. veka vezan je za nove modele organizovanja u oblasti preduzetničkog biznisa. To su strateški savezi, koji se kreiraju na različite načine i po raznim kriterijumima, a to su: preduzetnički network, inkubatori, klasteri, lizing i franšlizing.

Preduzetnik treba da izabere takav oblik organizovanja koji će omogućiti da rad u

biznisu funkcioniše na najbolji mogući način. Kategorija malo preduzeće - biznis, uključuje razne oblike preduzeća, čiji uspeh preduzeća najviše zavisi od ličnosti preduzetnika.

Preduzetničko upravljanje malim biznisom je naročiti tip ponašanja preduzeća kao celine i zaposlenih u okviru preduzeća.

U poređenju s velikim biznisom, osnovne karakteristike malih preduzeća su:

mala veličina, različiti poslovi u poslovnom portfoliju preduzeća, ograničenost na mala tržišta, presudna uloga preduzetnika, veći pojedinačni doprinos zaposlenih, značajniji uticaji inovacija i supremacija novih poslova.

Preduzetničko upravljanje malim i srednjim preduzećima počiva na inovaciji koja predstavlja njegovu osnovu. Budući da je preduzeće malo, ono je zbog svoje veličine upućeno na inovaciju i inovacija je instrument njegove konkurentske borbe, odnosno izvor njegove konkurentske prednosti.

Menadžment koji stimuliše inovacije dugoročno obezbeđuje opstanak i rast biznisa, pa upravljanje zasnovano na inovacijama zahteva: upravljanje specijalizacijom, upravljanje saradnjom između preduzeća i upravljanje zasnovano na ljudskim resursima.

Osnovnu strategiju preduzeća predstavlja specijalizacija koja podstiče jedinstvenost proizvoda i usluga, pa je ključno pitanje kako izgraditi specijalizovano preduzeće. Uspeh zavisi od privlačnosti proizvoda i usluga. Sve je više malih preduzeća specijalizovanih za proizvodnju rezervnih delova, specijalne opreme i alata.

Upravljanje saradnjom odnosi se na uspostavljanju poslovnih prijateljskih odnosa među preduzećima - formiranju raznih organizacija kako bi mali, pored ostalog, lakše mogli da odgovore izazovima tržišta i konkurenciji velikih.

Mnoga velika preduzeća se postepeno oslobađaju svojih pomoćnih i uslužnih

sektora, prepuštajući njihove funkcije usko specijalizovanim malim preduzećima.

Odgovarajući resursi, dakle, predstavljaju jedan od ključnih razloga opredeljenja malih i srednjih preduzeća za uspostavljanje saradnje.

Za male biznise, odnosno preduzeća, termin strategija najčešće je vezan za organizacione jedinice u preduzeću kao što su: marketing, proizvodnja, razvoj, finansije itd.

Strategije malog preduzetničkog biznisa moraju biti takve da u svakom momentu jačaju njegovu konkurentnost, upravo zbog činjenice da takva preduzeća, skoro i da nemaju pravo na grešku, zbog svoje vrlo ograničene snage.

Iz ovih i mnogih drugih razloga, osnovne strategije malog biznisa treba zasnivati na visokoj produktivnosti, ponudi proizvoda i usluga sa većom dodatom vrednošću od konkurencije, stalnom poboljšanju radnih uslova, stručnom usavršavanju zaposlenih i tehničko – tehnološkoj primeni.

Strategija za mali preduzetnički biznis je od izuzetne važnosti. S njom ono treba da kompenzuje sve „prirodne” nedostatke i da istovremeno te iste nedostatke pretvori u prednosti.

Pitanje strategije je pitanje „života” za mala preduzeća. Opredeljena procedura i način kako radite kao preduzetnik, determinisaće budućnost biznisa kojim se bavite.

2.1. Preduzetništvo novog doba

Zahvaljujući velikom naučno-tehničkom progresu koji je ostvaren krajem 20. i početkom 21. veka, stope rasta produktivnosti u pojedinim visoko razvijenim zemljama ostvaruju se zadnjih decenija sa dvocifrenim brojevima na godišnjem nivou. Navedeni visoki rast produktivnosti rada rezultat je pre svega porastu stručno - tehnoloških i preduzetničko - menadžerskih znanja.

Preduzetnici koji žele uspeh svome biznisu treba da upoznaju i prate relevantne odnose koji se uspostavljaju i procese koji se odvijaju u ambijentu njihovog biznisa, da bi

na osnovu navedenog preduzimali odgovarajuće i blagovremene mere, a u cilju optimizacije opredeljenog poslovanja.

Sistem vrednosti ili unutrašnja kultura (struktura preduzeća u budućnosti, sistem upravljanja, struktura zaposlenih), biće onaj kohezioni element koji će sve prethodne oblasti vezivati u jedan sklad, sposoban da reaguje na promene u okruženju.

Osobine savremenih preduzetnika kvalitativno se menjaju u pozitivnom pravcu. Neke od njih su na primer:

1. Napuštanje uloge „krutog“ šefa od koga svi strepe i koji je nedodirljiv. Njegova uloga postaje sve više uloga trenera koji motiviše, hrabri i podstiče kreativnu energiju članova svoga tima ka ostvarenju zajedničkih ciljeva.
2. Usmeravanje ka stimulisanju kreativnosti i inovativnosti preduzetničkog duha svojih saradnika i pri tome traženje novih, savremenih metoda motivacije, stimulacije i vođenja.
3. Podizanje morala i rad na poboljšanju poslovne etike u svom preduzeću.
4. Inicijator je promena, jer je svestan da okruženje vrlo brzo kažnjava krute i nefleksibilne menadžere i njihova preduzeća. Strategijski menadžeri moraju biti sposobni za donošenje i primenu strateških odluka od kojih zavisi budućnost preduzeća.
5. Inovacija znanja iz oblasti menadžmenta i drugih stručnih oblasti bitnih za biznis, primarni je zadatak preduzetnika, kao i njegovih saradnika, kako bi bili u stanju da prate savremene trendove.
6. Dobar komunikator. To ne znači apsolutnu i savršenu retoričku sposobnost, već sposobnost izgradnje interpersonalnih odnosa i adekvatno prenošenje poruka.
7. Vizionar i globalni strateg, osoba koja poznaje međunarodne odnose, odnose među zemljama i narodima, poznaje različite kulture i privrede i sposoban

je razvijati ciljeve i strategije svoga preduzeća u odnosu na ta saznanja.

8. Poznavalac tehnologije, jer razume i uvažava tehnološke promene i koristi visoku tehnologiju radi ostvarenja konkurentske prednosti.
9. Društveno i politički aktivna osoba koja poznaje i prepoznaje svu kompleksnost u oblasti zakonskih propisa, uticaja države na rast i razvoj preduzeća i koja je u stanju da vodi preduzeće kroz sve društvene i političke izazove.
10. Dobar motivator, sposoban da snažno motiviše zaposlene u ispunjavanju značajnih poslovnih rezultata preduzeća.
11. Dobar preduzetnik upravlja podacima, a ne dopušta da podaci upravljaju njim. Ulaže napor i sredstva i dolazi do kvalitetnih informacija, koje vrlo vešto koristi u svojim poslovima.
12. Upravlja celokupnim procesom poslovanja od istraživanja tržišta, preko nabavke repromaterijala - robe, proizvodnje, promocije, do plasmana proizvoda - robe na tržištu.

Stvaranje novog menadžera je složen zadatak koji prevazilazi mogućnosti pojedinca, ili preduzeća, pa i pojedinačnih institucija iz okruženja. Zbog toga je normalno da se u ovaj proces uključe različite institucije, svaka sa svojim specifičnim prednostima.

Navešćemo nekoliko primera preduzetnika koji će u budućnosti igrati značajnu ulogu (urbani menadžeri, menadžeri spektakla, menadžeri za biznis kod kuće ili u stanu i sl.)

Imajući u vidu da su danas razne privlačne aktivnosti postale masovno pristupačne ogromnim masama urbanizovanog stanovništva (razvoj biznisa u domenu kulture i umetnosti, obrazovanja, zdravstva, zabave, medijskog informisanja, sporta, turizma i ugostiteljstva), urbani menadžeri dobijaju sve više na značaju.

Menadžeri spektakla se implementiraju u izuzetnim prilikama kada se pripremaju,

organizuju i izvode određeni spektakli (politički, privredni, obrazovni i naučni, kulturno-umetnički, sportski, privatni i ostali). Posao menadžera spektakla jeste da predvidi i uredi svaki relevantan aspekt spektakla: istraživanja, planiranja, organizovanja, implementacije a ponekad i revizije projektovanog programa.

U SAD-u veliki broj preduzetnika-menadžera obezbeđuje sebi pristojnu egzistenciju proizvodeći ili prodajući kod kuće, kod nas taj posao nije doživeo neki uspeh ali vremenom će se proširiti sa ekonomskim razvojem države.

Velika preduzeća-kompanije nisu sklona preduzetništvu, obzirom na to da su njihovi programi, tehnologija i upravljanje predmet dugoročne strategije i koridora koji je nametnut karakterom sektora.

Zato su preduzetništvo i preduzeće u svom razvitku međusobno povezani i zavisni.

Za razvoj uspešnog preduzetništva, određen uslovi su neophodni: tržište, državna deregulacija u oblasti ekonomije i inovativna kultura, klima i tradicija.

Preduzetništvu je imanentno privatno vlasništvo i slobodno delovanje tržišta, a ne isključuju se ni drugi oblici vlasništva, javno i mešovito, koji imaju poznatog titulara. Ipak, manja privatna preduzeća imaju prednost, jer su ona u vlasništvu pojedinaca ili manjih grupa ljudi. U njima se odluke donose brže, one se lakše prilagođavaju tržišnim promenama.

Iako mnogi misle da preduzetništvo preferira isključivo mala, dinamična preduzetnička preduzeća, ipak, i u velikim kompanijama može uspešno plasirati duh preduzetništva, pod uslovom da kompanije svojim poslovnim jedinicama daju autonomiju u kreiranju i vođenju poslovne politike (interno preduzetništvo), kao što je to u razvijenim zemljama (SAD i Japan).

Preduzetnik sa raspoloživim kapitalom, prvo istražuje potrebe tržišta za odgovarajućim proizvodima, osniva preduzeće, gradi i oprema objekat, angažuje stručno osoblje, formira svoj proizvod. Imajući u vidu konkurenciju, prethodno će utvrditi njegovu

cenu i izvršiti promociju na tržištu. Tokom poslovanja, preduzetnik mora pratiti tržišne zahteve i prilagođavati im svoju ponudu.

Preduzetništvo je stub tržišne privrede, veliki izazov i rizik, ali i velika šansa sposobnim preduzetnicima i menadžerima da budu uspešni u biznisu, da se obogate.

3. Zaključak

Preduzeća treba da primenjuju, ne samo znanje iz upravljanja biznisom koje koriste veliki, već celokupno dostupno znanje iz oblasti upravljanja biznisom i da ga, ukoliko je moguće, prilagode na inovativan način u cilju oblikovanja proizvoda i/ili usluga. U razvijenim zemljama sveta, preduzeća su visokotehnološki opremljena i imaju snažnu podršku u savremenim tehnološkim dostignućima, pri čemu se zapošljava minimalan broj radnika.

Izazovi koji stoje pred vlasnicima-menadžerima preduzeća drugačiji su od onih koji stoje pred menadžerima velikih preduzeća.

Preduzetnik malog preduzetničkog biznisa snosi svu odgovornost za uspeh, odnosno neuspeh biznisa.

On rizikuje lična sredstva i u većini slučajeva ozbiljno ugrožava svoj materijalni status, ukoliko pretrpi neuspeh, što nije slučaj s menadžerima velikog biznisa.

Mala i srednja preduzeća jednostavno moraju da budu efikasnija od velikih preduzeća, zbog mnogo manje kvalitetnih resursa.

Mali preduzetnički biznis mora biti efikasan i u „iskorišćenosti” potencijala zaposlenih. Zbog toga je potrebno voditi računa o usavršavanju i obuci zaposlenih, kako bi oni bili efikasniji. Postizanje konkurentske prednosti u globalnoj privredi zahteva inovativni pristup poslovanju, prevashodno kada se radi o znanju. U tom smislu, upravljanje u MSP mora da bude orjentisano u pravcu ulaganja u znanje i povećanje produktivnosti rada i znanja.

Bibliografija

- [1] Popović P. „Preduzetništvo-granica rasta”, Ekonomski Institut Beograd, Centar za mala i srednja preduzeća, Beograd, 1995.
- [2] Thompson A. A, Strickland A. J, Strategic management, Irwin/Mc Graw Hill, Boston, 1999.
- [3] C.L.Karrass, “In Business As In Life- You Dont Get What You Deserve, You Get What You Negotiate“, Stanford Street Press, Los Angeles California 90404, 1996.
- [4] Martinović M., Organizacija preduzeća, VPTŠ Užice, 2008.
- [5] Jokić D., Preduzetništvo, NIC Užice, 2012 (četvrto izdanje)
- [6] Martinović M., Preduzetnički menadžment malih i srednjih preduzeća preduzeća, VPTŠ Užice, 2012.
- [7] Adžes I., Stilovi dobrog i lošeg upravljanja, ASEE books, Novi Sad 2004.
- [8] M. Martinović, Z. Tanasković, S. Martinović, Karakteristike preduzeća i osobine savremenih menadžera u 21 veku, 5th International Conference “Science and higher education in function sustainable” SED2012, oktobar, Užice, 2012.

Istorija rada:

Rad primljen: 05.09.2013.

Prva revizija: 04.10.2013.

Druga revizija: 31.10.2013.

Prihvaćen: 03.11.2013.