

ПРЕДГОВОР

„Ја сам дошао да они имају живот и да га имају у изобиљу»

(Јеванђеље по Јовану 10:10)

Свака истина је крива, а само време је круг. У том кругу је моја жеља да проширим своја досадашња сазнања и истраживања из области стратегијског управљања, предузетништва, планирања и малог бизниса.

Савремени услови привређивања заснивају се на слободном одлучивању и добровољној размени. Мисао је једина неопипљива моћ која може, из складишта бескрајно малих ствари, да произведе опипљиво богаство. Бизнис, то су на првом месту људи и њихова активност.

Купци су ти који одлучују шта ће да купе на тржишту, а предузећа (мала, средња, велика) шта ће да произведу и изнесу на тржиште, како би се тражња задовољила. Да би предузеће створило адекватну понуду, која ће омогућити успешну размену, потребно је не само познавање свог потенцијала, већ и потреба и захтева купаца, као и других бројних елемената (појединача, других организација, технолошких фактора и др.), који делују у савременој привреди.

У савременим условима привређивања добит је сводни резултат пословања, који говори о резултатима оствареним у пословној активности, о способности предузећа да опстане, расте и развија се, о изворима средстава и начину њиховог коришћења.

Савремене привредне токове карактерише присуство привредних субјеката разних величина - малих, средњих и великих. Места има за све, јер је тржиште, гледано у светским размерама, велико, а потребе бројне и разноврсне. Ипак, последњих година присутан је тренд смањења просечне величине предузећа, због развоја малих и средњих предузећа.

Промене у окружењу су карактеристичне за савремене услове привређивања. На размеђи два миленијума, у савременој светској привреди се дешавају веома битне и бурне промене и запањујући преокрети. Мала и средња предузећа у таквој ситуацији траже нове путеве за свој развој и ук-

лапање у неизвесна будућа стања. Зато се у малим и средњим предузећима са оваквом променљивом и комплексном средином, прихвата и практикује концепт стратегијског управљања.

Стратегијско управљање развојем предузећа омогућава малим и средњим предузећима да се ефикасније прилагођавају и утичу на збивања у средини у којој обављају своју активност. Да би управљање било успешно потребно је планирање, које је оријентисано на раст и развој малих и средњих предузећа.

Задивљујућа је снага малог бизниса. Његова релевантна особина је да ствара шансе и да сваку створену прилику, сваки облик пословне активности трансформише у корист, као манифестацију пута ка успеху. **Зато се сматра да је бизнис, као и живот, збир малих користи: мали, средњи или велики збир, свеједно за почетак.**

Бизнис, у најширем смислу, стваралачки је изазов; успешан бизнис доноси и углед, често важнији од новца. Успешним пословањем ствара се материјална основа независне и слободне личности. Слобода и богатство даље омогућавају да се испоље и друге врлине личности. Једна од најбитнијих врлина је помоћ другима. Ти други су најчешће најближи чланови породице. А та помоћ није само непосредно давање, него и стварање радних навика и поштовање **рада кроз породични бизнис.** Отуда је веома **важно не само знати како посао почети, како знањем имање стварати, него и како га поштено увећати.** Континуирана зарада и остварење профита, које је бар 1% више од просека, по одбијању пореза, корист је за фирму.

Циљ овог уџбеника је, да у сажетом облику прикаже историјски развој малог бизниса код нас, одабрана искуства и погледе на мали бизнис и предузетништво у земљама са развијеном тржишном привредом и земљама у транзицији, као и перспективе развоја малих и средњих предузећа данас код нас.

У циљу што бољег приказа у књизи се компаративном методом анализира организација и управљање развојем малих и средњих предузећа у развијеним земљама запада (САД, Јапан, Велика Британија, Италија, Француска, Немачка) и у Кини. Пракса развијеног света у области малог бизниса и предузетништва је изузетно богата. Иначе, о овој материји написано је на западу доста радова, међу којим доминирају радови америчких аутора, што указује на место и улогу привреде САД у савременом свету.

Способност креирања визије, мисије, циљева и стратегије развоја малих и средњих предузећа, њихова имплементација у живот предузећа, управљање променама, комуникативност, способност за стално учење, ин-

туитивност, једноставност и самоувереност, континуирана иновативност и револуција у развоју и пословању су само неке од особина које треба да поседује савремени предузетник и менаџер, или менаџмент у малом и средњем предузећу.

Актуелност овог проблема данас и веома велики значај малих и средњих предузећа за нашу привреду, навели су ме да се одредим за писање овог уџбеника и да кроз шест обрађених глава и три студије случаја, што подробније објасним и што јасније приближим ову проблематику будућим читаоцима.

Уџбеник „Менаџмент малих и средњих предузећа“ прилагођен је наставном програму Економских факултета, Факултета за менаџмент и Пословних школа, јер је књига првенствено намењена њиховим студентима, ових установа, али може да послужи студентима и других факултета, а исто тако предузетницима и менаџерима који се баве проблемом управљања у малим и средњим предузећима, јер је обрађена материја је саставни део њиховог посла.

Изражавам велику захвалност свим колегама и пријатељима који су интелектуално и материјално помогли да овај уџбеник буде публикован.

Посебну захвалност исказујем рецензентима др Тихомиру Симићу, генерални секретар Удружења индустријалаца и предузетника Србије и Црне Горе, Проф. др Браниславу Машићу, декан Факултета за менаџмент, Браћа Карић, Београд и Проф. др Дејану Ерићу, Економски Факултет, Београд.

Добронамерне критике за евентуалне пропусте или недоречености примам са великом пажњом и покушаћу да их отклоним у евентуалном другом издању овог уџбеника.

Београд, април 2004. године

др Звездан Ђурић