

# I. UVODNA RAZMATRANJA

## 1.1. Predmet istraživanja

Upravljanje održivim razvojem za mnoge zemlje u tranziciji predstavlja veliku teškoću. Naime, te su zemlje suočene sa uticajem velikih, svjetski moćnih kompanija, koje se bore za nova tržišta s jedne strane, i međunarodnih institucija koje vladaju određenim kapitalom, s druge. Upravo te činjenice utiču na razvoj novih produkcionih odnosa, za koje mnogi kažu da nisu preteča kvalitetnih, humanijih odnosa. Tržišna privreda je kapitalistička i takmičarska. Pri tome treba imati u vidu činjenicu da se tržišna privreda odvija prema kriterijumima teorije igara, pri čemu je moja dobit ravna tvom gubitku, i obratno, tvoja dobit je ravna mom gubitku.

Kako preduzeća, na nivou malih i srednjih kompanija, nisu imuna na spoljne udare koje nosi globalizacija, to se ukazuje kao neophodnost definisanje njihove strategije razvoja. A ta će strategija zavisiti prvenstveno od strategije koju bude usvojila država, i to kao moguće pravce razvoja na nivou svjetskih ekonomskih integracionih procesa. Indikativno je da pojedine svjetske organizacije, koje utiču na razvoj zemalja u tranziciji, kao što je npr. MMF, STO, OECD, EBRD, Svjetska banka i dr., imaju različite prilaze u pogledu osnovnog koncepta koje definišu pojedine strategije. Tako je npr. MMF imperativan, postoji jedan „kliše“ po kome se moraju ravnati zemlje iz različitih delova sveta, dok OECD ima napr. realniji pristup, jer se približava uslovima u kojima kompanija radi u određenoj zemlji.

Tako je od značaja da se za revitalizaciju preduzeća u krizi stvore ambijentalni uslovi u sistemu, a onda istražiti pravce razvoja, uključujući prevashodno zahteve koji dolaze sa tržišta. Dakle, tržište je glavni regulator odnosa u ponudi i potražnji za robama, ali i realikator resursa, jer priznaje samo konkurentne odnose i najniže troškove po jedinici proizvoda. Pa bilo da se radi o uslugama ili konkurentnim robama za kojima ima potražnje na tržištu, ili o izraženom kvalitetu roba i usluga koji određuje i visinu cijene, u krajnoj liniji. Ili služi kao dodatni motiv za odluku potrošača. I ono što je najvažnije, svaka kompanija, pa bilo da je mala, srednja ili velika, mora da vlada informacijama po svim nivoima dotoka, tako da, ako se to uzme u obzir, jednostavno „svijet je mali“ i proizvod ili usluga te kompanije ima svjetski, odnosno globalni eho. Sposobniji će opstati, a drugi će potražiti sreću na nekom drugom proizvodnom prostoru.

Stoga, postavlja se pitanje: šta ćemo učiniti sa tim informacijama?

Ono što nam je informatička revolucija podarila, to su prije svega, alati za obradu podataka. U tom smislu, korišćenjem informatičkih tehnologija u situaciji smo da možemo da obradimo neuporedivo veći broj podataka. Međutim, problem nastaje kada nemamo jasnu sliku o tome koje podatke je potrebno prikupljati. To već nije problem povezan sa podacima, nego sa kontekstom i perspektivom koja nastaje kao rezultat nejasno definisanih ciljeva! Zato je i naš zadatak bio vrlo delikatan kada sam predložio temu, koja stoji u naslovu ovog rada. Stvoriti perspektivu za preduzeće u krizi i pronaći strategiju njegovog održivog razvoja, predstavlja izazov za svakog postdiplomca. Sa aspekta menadžmenta, ovo je veoma važno pitanje zato što proces informisanja predstavlja bitan faktor u našem međusobnom komuniciranju i ponašanju u

organizacijama, tržištu i u drugim okruženjima. U tom kontekstu, ističemo da se proces informisanja odvija kroz dva ključna sistema: senzornog i konceptualnog. Senzorni sistem se odnosi na aktivnost senzornih receptora, odnosno čula. Skloni smo da kvalitet naših čula uzimamo „zdravo za gotovo“. Međutim, istraživanja govore suprotno. Naime, mi se međusobno ne razlikujemo toliko po kvalitetu naših senzorskih sistema, koliko po kvalitetu naših konceptualnih sistema, koji se odnose na procese razmišljanja i rasuđivanja. Razlike u konceptualnim sistemima proističu kako iz razlika u načinu mišljenja, tako i iz različitih individualnih vrijednosti sistema, iskustava i znanja. Sve to dovodi do bitno različitih percepcija. A pod percepcijom podrazumijevamo način na koji vršimo selekciju, organizujemo i tumačimo stimulanse, odnosno podatke koje dobijamo iz okruženja. Budući da se naše percepcije bitno razlikuju, obraćamo pažnju na različite stimulanse i na različite načine ih interpretiramo.

## 1.2. Ciljevi istraživanja

Ranije su prevladavala mišljenja da je čovjek po prirodi „uslovljeno“ biće i da je naše razmišljanje i ponašanje prirodno reaktivno. To se objašnjavalo našom genetskom, psihološkom i socijalnom uslovljenošću. Danas se zna više o tome. Naime, čovjek može da bude ne samo reaktivno, već i proaktivno biće. Između stimulansa i odgovora na dati stimulans, uočen je prostor slobode izbora. Upravo sloboda izbora čini suštinu koncepta lične odgovornosti na kome čitava nova menadžment paradigma počiva.

To su, dakle, osnovni temelji jedne nove/stare filozofije razmišljanja. U suštini, nalazimo se na prelazu iz industrijske ere u informatičku. Svi, dakle, procesi koji se odvijaju na novim saznanjima, uključujući i saznanja sa kojima se radilo u industrijskoj eri, treba da doprinesu stvaranju nekih novih ideja. Tako identifikovane ideje potrebno je sistematizovati i odrediti kojim će se pravcem ići. Okosnica svih zakona je održivi razvoj ili razvoj na bazi korišćenja prirodnih resursa, koji obezbjeđuje i budućim generacijama ravnotežu između uzimanja i obnavljanja prirodnih resursa. Ukratko, razvoj ekološke svijesti svih budućih građana Evrope. Jer sve ovo će mnogo koštati, ali kada je riječ o privredi, primjena ekoloških normi i standarda donosi višestruku korist, kako za životnu sredinu, tako i za privrednike. Samo oni proizvodi, izrađeni uz primjenu čistih tehnologija, moći će da se uspešno plasiraju na evropsko i svjetsko tržište.

Stoga je značajno napomenuti da ću u ovom radu posebnu pažnju posvetiti razvoju onih grana privredne djelatnosti koje ne zagađuju životnu sredinu, prevashodno okrećući pažnju na razvoj turizma kao glavne pokretačke snage u razvoju malih i srednjih kompanija. U tripartitnom odnosu preduzeće – država – turista (kao ciljni faktor), dokazaćemo multidisciplinarnu povezanost u smislu identifikovane tražnje za turističkom uslugom i zadovoljstvo države, koja će preko uređenih odnosa u sistemu, uključiti se kao partner u ostvarivanju određene strategije razvoja.

### 1.3. Polazna hipoteza

Globalna fazna transformacija je u punom zamahu. Svuda se ispoljava tendencija ka prelasku na nove, više oblike organizovanja i menadžmenta. U našoj sredini transformacija se odvija kroz procese tranzicije i sveobuhvatne privredne i društvene reforme. Ovi procesi će, van svake sumnje, iz osnova proanalizirati sve naše organizacije, bez obzira na vrstu djelatnosti. Zato je veoma važno suočiti se sa prirodom promjena sa kojima se svi moramo suočiti.

Naime, suština promjena koje su u toku, nije primarno tehničke prirode, već prvenstveno promjena u percepciji. Kada se određeni oblik mišljenja i na njemu zasnovano ponašanje ponavlja, postepeno prelazi u naviku. Navika vremenom oblikuje karakter, koji možemo shvatiti kao dostignuti nivo ljudskih kvaliteta. Već u standardima ISO 9000, 2001, 12000, 14000... jasno je definisano da „osoblje na svim nivoima čini suštinski deo jedne organizacije...“. Iz toga možemo zaključiti da ne možemo imati kvalitetnije sisteme za menadžment kvaliteta nego što je karakter ljudi koji ga sačinjavaju.

### 1.4. Metode istraživanja

Metode koje ćemo koristiti u dokazivanju ideje o mogućem održivom razvoju, kreću se od opšteg razvoja malih i srednjih kompanija u svijetu, do empirijskih pokazatelja, uz čiju ćemo pomoć tačno identifikovati potencijale Republike Srpske, i šire BiH, (poljoprivreda, ugostiteljstvo, turističke destinacije) koji treba da prate ovako postavljeni razvoj.