

Ante Rončević *

**DUŠAN BOBERA, ANICA HUNJET, GORAN KOZINA:
PODUZETNIŠTVO**

Varaždin, Sveučilište Sjever, 2015.

U proljeće 2015. u izdanju Sveučilišta Sjever, Koprivnica – Varaždin, izašla je knjiga pod naslovom „Poduzetništvo“, koju potpisuje troje suautora: prof. dr. sc. Dušan Bobera (Srbija), doc. dr. sc. Anica Hunjet (Hrvatska) i doc. dr. sc. Goran Kozina (Hrvatska). Ukupan opseg teksta iznosi 308 stranica B-5 formata. Osim predgovora, bibliografije (172), popisa slika (47) i tablica (23), knjiga sadrži trinaest pomno raspoređenih poglavlja što je čini preglednom i pogodnom za studentske programe. Kroz sva poglavlja postupno se gradi bolje razumijevanje poduzetničke filozofije, strategije i prakse.

Autori u predgovoru ističu da je knjiga namijenjena studentima, poslovnim ljudima i državnim službenicima, ali i svima onima koji imaju određena poduzetnička iskustva, pokazuju interes za poduzetništvo te žele poboljšati razumijevanje poduzetničkih procesa. Uvidom u prikazanu knjigu nije se teško suglasiti s autorima u iznesenim stajalištima, kao i s tvrdnjom da će knjiga mnogim čitateljima omogućiti stjecanje novih znanja i vještina o poduzetništvu, kako bi ih mogli primjenjivati u svagdanjem životu.

U prvom poglavlju, pod nazivom *Poduzetništvo*, autori se jasno određuju prema temeljnim pojmovima i suvremenim trendovima što se ostvaruju kroz svekolike poduzetničke procese, u praksi i teoriji. Definirajući temeljne pojmove i ističući faze razvoja poduzetništva tijekom dvadesetog stoljeća, autori u želji da naglase veličinu i značaj nastalih promjena u najrazvijenijem svjetskom gospodarstvu (SAD-a), jer je poduzetnički duh „izišao iz boce“ i promijenio gospodarstvo i njegovo okruženje, analitički govore o poduzetničkoj revoluciji koja se počela

* A. Rončević, doc. dr. sc., Sveučilište Sjever, Koprivnica – Varaždin, Odjel poslovne ekonomije (E-mail: ante.roncevic@unin.hr)

ostvarivati u posljednjem kvartalu minolog stoljeća. Osim što su istaknuli nastale razvojne promjene u filozofiji gospodarske prakse, autori zagovaraju i novo ime u znanstvenoj istraživačkoj praksi: *entrepreneologija*. Uz to, dajući kratak prikaz, ističu najvažnije škole poduzetništva što ih poznaje suvremena ekonomska misao. U želji da izraze globalne novonastale rezultate promjena u poduzetništvu, u nastavku prvog poglavlja sasvim ukratko, analiziraju važnost i ulogu poduzetništva u tranzicijskim zemljama. Na kraju prvog poglavlja daju vrlo vrijedan prikaz politika i programa, zakonodavnog i institucionalnog okvira, koji su se ostvarivali u cilju razvoja poduzetništva u Hrvatskoj, što vodi čitatelja u daljnja istraživanja.

Nakon jasno postavljenog okvira knjige u prvom poglavlju, autori u drugom poglavlju analiziraju *Prirodu i značaj poduzetništva*. Najprije obrađuju razne oblike poduzetništva kao akademske discipline, a potom područje i proces poduzetništva, te pretpostavke i uvjete za njegovo stvaranje i razvoj. U posebnom dijelu obrađene su pokretačke poduzetničke sile, te odnos između poduzetnika i osnivačkog tima, gdje su istaknute bitne razlike između uloge poduzetnika i uloge menadžera u svijetu biznisa. Na kraju poglavlja autori analiziraju korporacijsko (intra)poduzetništvo koje tvori važnu sastavnicu suvremenog poduzetništva. Posebno je obrađena tema značaja i nužde permanentnog poduzetničkog obrazovanja u uvjetima turbulentne okoline i ubrzavanja proizvodnje ukupnog znanja.

U trećem poglavlju razmatraju se *Funkcije poduzetništva*: strateška i planska, organizacijska, upravljačka i kontrolna. Unutar upravljačke funkcije obrađene su funkcije motiviranja zaposlenika, vođenja, kadrovske politike i poslovnog komuniciranja. Koristeći veći broj slika i tablica autori vrlo jasno prikazuju svaku od navedenih funkcija poduzetništva i time otvaraju uvid u širinu znanja i kompetencija nužnih za ostvarivanje poduzetničkih pothvata.

Četvrto je poglavlje usmjereno na *Prirodu, karakteristike i ponašanje poduzetnika*. U njemu se obrađuju zadaci poduzetnika, karakteristike poduzetnika i poduzetništvo kao stil menadžmenta (poduzetnički menadžment). Tako su autori jasno prikazali temeljne razlike između konvencionalnog i poduzetničkog menadžmenta te nedvojbeno ukazali na nužne promjene u filozofiji profesionalnih menadžera. Nadalje, kroz prikaz dosadašnjih izričaja o poduzetniku u suvremenoj literaturi, autori govore u superlativu o poduzetnicima. Iako je teško povjerovati da će se sve navedeno ikad utjeloviti u jednoj osobi, na zanimljiv se način čitatelja upoznaje s idealnim likom poduzetnika.

U petom poglavlju izlažu se zanimljive klasifikacije *Oblika i vrsta poduzetništva i poduzetnika*, odnosno poduzetničkih pothvata. Autori posebnu pozornost posvećuju razlici između poduzetništva i upravljanja malim poslovnim pothvatima. Ističući da su baš poslovi kojima se upravlja razdjelnica između ove dvije skupine poslovnih ljudi, odnosno te se razlike očituju kroz inovacije, potencijal rasta te strategiju i strategijske ciljeve, koji diferenciraju poduzetništvo od upravljanja malim poslovnim pothvatima.

U šestom poglavlju opisana je evolucija *teorija o poduzetništvu*. Analizom čimbenika okruženja istaknute su nužne pretpostavke za razvoj poduzetništva. Na zanimljiv način prikazani su i mitovi o poduzetništvu pa se na primjeren način nastavlja govor o poduzetnicima. Prikaz različitih pristupa istraživanju fenomena poduzetnika i poduzetništva autori ostvaruju razvrstavanjem na makro i mikro pristup, te tako izlažu najznačajnije postavke različitih škola ekonomske misli.

U sedmom poglavlju opisane su *Poduzetničke strategije*. Na početku se izlaže o generiranju novih poduzetničkih pothvata, a potom prikazuje kako se ocjenjuje efikasnost novog poslovnog pothvata, te proces odlučivanja o poduzimanju ili odbacivanju novog pothvata. Nadalje, autori s pravom ističu da je SWOT analiza polazna točka u procesu strategijskog upravljanja poduzetničkim pothvatom – prvi korak u definiranju postojećeg stanja i zacrtavanju vlastite željene pozicije. Uz nju još prikazuju PEST i PESTLE analizu. Nadalje, analizirane su ulazne strategije za iskorištavanje novih poslovnih pothvata, te strategije redukcije rizika za prihvaćanje novih pothvata. Na kraju poglavlja izlaže se o upravljanju novim poduzetničkim organizacijama, te o poduzetničkim inkubatorima, “čije stvaranje povezuje obrazovanje sa znanostima, gospodarstvom i cjelokupnom ekonomijom”.

U osmom poglavlju analizira se odnos između *Inovacija i poduzetništva*. Najprije se daju definicije i iznose bitne razlike među brojnim vrstama inovacija s kojima se poduzetnici suočavaju. Potom se izlaže o njihovoj primjeni i profitabilnoj eksploataciji. Kako svaka inovacija ne jamči uspjeh, autori na kraju ovog poglavlja ističu potrebu kreiranja ambijenta i uvjeta za efektivne inovacije te nužnosti povezivanja kreativnosti, poduzetništva i inovacija. Na taj način potiču kreatorne ekonomskih i drugih politika na propitivanje osobnog razumijevanja pojmova poduzetničke klime i poduzetničke atmosfere.

Deveto poglavlje usmjereno je na *Kreiranje novih poslovnih pothvata*. Najprije se tumače alternativni pravni oblici koji omogućuju ostvarivanje poslovnih pothvata, a potom se analiziraju čimbenici koji utječu na trenutak i opseg pokretanja potpuno novog poslovnog pothvata. U nastavku se prikazuje franšiza kao primjeren i čest oblik ulaska na tržište, s opisom projekta pokretanja *franšiznog* pothvata. Nažalost ovaj oblik ulaska na tržište nije u značajnoj mjeri zaživio u Hrvatskoj.

Nakon pomne analize vanjskih čimbenika okruženja i bitnih pretpostavki koje mora ispuniti osoba koja želi stupiti u svijet poduzetništva, u desetom poglavlju izloženi su bitni dijelovi *Poslovnog plana*. Analizirajući poslovni plan, njegov izgled i sadržaj, autori su dali ovoj knjizi poseban i vrijedan pečat kvalitete. Čitatelja se upoznaje s bitnim elementima poslovnog plana, a kroz to omogućuje mu se bolje razumijevanje važnosti i koristi kvalitetnog planiranja, kako za poduzetnika tako i za ostale dionike u pripremi, provedbi i kontroli izvršavanja poduzetničkog pothvata. Isto tako, autori s pravom ističu da je prezentacija poslovnog plana različitim dionicima veoma važna u procesu pripreme i realizacije poslovnog pothvata, isto tako kao i njegova izrada i provedba.

U jedanaestom poglavlju opisan je *Strategijski menadžment u funkciji rasta i razvoja poduzetništva*. Posebno se obrađuju strategijske razine, važnost strategijskog menadžmenta, analiza opasnosti i dobrih prilika u okruženju za ostvarivanje poduzetničkog pothvata, te analiza jakih i slabih internih snaga i sposobnosti. Nadalje, nakon definiranja misije i ciljeva poduzetničkog pothvata (organizacije), autori posebnu pozornost posvećuju formuliranju poslovne strategija, kao i njenoj provedbi te kontroli njene realizacije. Ovim poglavljem autori jasno upućuju na nužnost stalnog propitivanja i kontrole izvršenja postavljenih strateških ciljeva, kao i na moguće strateške zaokrete uslijed promjena u okruženju.

Dvanaesto poglavlje skreće pozornost na *Poslovnu etiku* i opisuje temeljne pojmove poslovne etike, značaj etičkog kodeksa u poslovanju, te važnost etike za uspjeh i razvoj poduzetništva, kao i značenje poslovne etike u suvremenom poslovanju. Posebnu pozornost posvećuju temi sukoba interesa, etičkim dvojabama i kako ih riješiti, te društveno odgovornom poslovanju. Nažalost o ovoj temi nikad dosta ne će biti napisano.

I na kraju, u trinaestom poglavlju obrađuje se još jedna veoma značajna tema za suvremeno poduzetništvo: *Razvoj poduzetništva u velikim poduzećima*. Najprije se izlažu obilježja korporacijskog (intra) poduzetništva, a potom se daje definicija. Nakon isticanja razloga o potrebi za korporacijskim poduzetništvom autori progovaraju o preprekama u njegovu razvoju pa ističu potrebu promjene (reinženjering) u korporacijskom mišljenju. I na kraju, ističu koncept *benchmarkinga* kao moguće poluge u provedbi potrebnih promjena, kako bi velika poduzeća ostvarivala filozofiju *intra* poduzetništva.

Knjigu su recenzirala četvorica recenzenata, međunarodno prepoznatljivih sveučilišnih profesora (iz Austrije, BiH, Hrvatske i Srbije), iz različitih polja društvenih znanosti i grana ekonomije.

Ako se knjiga uspoređuje s objavljenim istovrsnim knjigama iz poduzetništva u Hrvatskoj ili s objavljenima na području bivše federativne države, može se ocijeniti da ona čini kvalitetan korak naprijed po obuhvatu i strukturi, kao i po načinu i redoslijedu izlaganja građe. Ako se pak uspoređuje s ponajboljim objavljenim istovrsnim knjigama u Europi ili SAD-u, može joj se zamjeriti skromna oprema (crni tisak na bijelom papiru), te izostanak isticanja ključnih pojmova na marginama ili na kraju izložene teme, zatim izostavljanje indeksa pojmova na kraju knjige, te izostanak liste pitanja na kraju poglavlja, koja bi pomogla čitateljima, a posebno studentima za lakše ponavljanje gradiva i produblјivanje spoznaja. Premda je u knjizi navedeno više značajnih izvora podataka i relevantne literature, što je čini vrjednijom, moguće je u sljedećem izdanju pridodati još slučajeva iz prakse da bi se ukupno poboljšala.

Knjiga predstavlja relevantnu građu za razumijevanje suvremenog poduzetništva, njegove teorije i prakse. Knjiga je čitka, pregledna i pitka pa izaziva i otvara prostore za dublje promišljanje, kao i za razvoj poduzetničkih ideja te za unaprjeđivanje uvjeta nužnih za razvoj poduzetništva.