



UNIVERZITET U TUZLI
EKONOMSKI FAKULTET



ZBORNİK APSTRAKATA

BOOK OF ABSTRACTS

4th South-East European (SEE) meeting &
scientific conference of management departments:

**MANAGEMENT, LEADERSHIP, ORGANISATION AND ENTREPRENEURSHIP
IN 21st CENTURY: HOW TO DEVELOP MANAGERIAL AND ENTREPRENEURIAL
SKILLS AND COMPETENCES IN THE SEE REGION**

Tuzla, 26-27. septembar 2014. god



ZBORNİK APSTRAKATA

BOOK OF ABSTRACTS

4th South-East European (SEE) meeting &
scientific conference of management departments:

MANAGEMENT, LEADERSHIP, ORGANISATION AND ENTREPRENEURSHIP IN 21st
CENTURY: HOW TO DEVELOP MANAGERIAL AND ENTREPRENEURIAL SKILLS
AND COMPETENCES IN THE SEE REGION

Tuzla, 26-27. septembar 2014. god

4th South-East European (SEE) meeting &
scientific conference of management departments

Izdavač:

Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

Za izdavača:

Prof dr Safet Kozarević, vanredni profesor

Tiraž:

80

Štampa:

OFF-SET štamparija Tuzla

UTJECAJ INOVACIJA U ORGANIZACIJI RADNIH MJESTA NA RAST BROJA ZAPOSLENIH

Andrijana Ostojić Mihić¹

Zdenko Klepić²

Želimir Dulčić³

SAŽETAK

Iznimno visoka stopa nezaposlenosti predstavlja jedan od najznačajnijih ekonomskih i socijanih problema u Bosni i Hercegovini. Kontinuirano povećanje nezaposlenosti posljedica je nasljeđene nepovoljne industrijske strukture, ratnih razaranja proizvodnih kapaciteta kao i tranzicijskih procesa. Inovacije, istraživanje i razvoj bitni su faktori pokretanja konkurentno sposobnog gospodarstva i temeljna poluga gospodarskog rasta i otvaranja novih radnih mjesta. U radu se polazi od pretpostavke da inovacije u poslovanju poduzeća utječu na povećanje zaposlenosti stvarajući nova, „pametna“ radna mjesta. Ako se pritom uzme u obzir veličinu poduzeća, srednja i velika poduzeća su značajno zastupljena u svim gospodarskim granama, zapošljavaju respektabilan broj ljudi, imaju velik razvojni potencijal kao i potencijal za stvaranje inovacija. Smatra se da srednja i velika poduzeća značajno mogu doprinijeti smanjenju stope nezaposlenosti tj. bržem zapošljavanju. U radu će biti istraženo 250 srednjih i velikih poduzeća, a očekuje se da će rezultati istraživanja pokazati da inovacija u organizaciji radnih mjesta utječe na rast broja zaposlenih.

Ključne riječi: inovacije, inovacije organizacije, inovacije u organizaciji radnih mjesta, rast broja zaposlenih

1 Dr.sc. Adrijana Ostojić Mihić, Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru

2 Dr.sc. Zdenko Klepić, red. prof. Ekonomski fakultet Sveučiliša u Mostaru

3 Dr.sc. Želimir Dulčić, red. prof. Ekonomski fakultet Sveučiliša u Splitu

BILJEŠKE

STRATEGIJE ULASKA HRVATSKIH PODUZEĆA NA TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE

Lea Mucić⁴
Ivona Vrdoljak Raguž⁵
Zorica Krželj-Čolović⁶

SAŽETAK

Rad detaljno razmatra strategije i načine izlaska koja koriste hrvatska poduzeća prilikom izlaska na tržište Bosne i Hercegovine, te primjere iz hrvatskih poduzeća Podravka d.d., Franck d.d., Tvornica duhana Rovinj, Surf' n' Fries, Ledo d.o.o. prisutnih na tržištima Bosne i Hercegovine, s ciljem praćenja uspješnosti i dostizanja postavljenih ciljeva. Rad istražuje utjecaj ulaska Hrvatske u Europsku uniju na uvjete razmjene sa zemljama potpisnicima Srednjoeuropskog ugovora o slobodnoj trgovini (CEFTA 2006). Naglasak je stavljen na Bosnu i Hercegovinu, jedno od najvažnijih izvoznih tržišta u okviru CEFTA - e s kojima je Hrvatska u velikoj mjeri liberalizirala međusobnu trgovinu. Razmatrane su posljedice pridruživanja Hrvatske Europskoj uniji na njezinu vanjskotrgovinsku razmjenu s Bosnom i Hercegovinom.

Ključne riječi: strategija, inozemna tržišta, izvoz, Bosna i Hercegovina

4 Lea Mucić, Sveučilište Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju

5 Dr.sc. Ivona Vrdoljak Raguž, izvanr. prof., Sveučilište Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju

6 Mr.sc. Zorica Krželj-Čolović, asistent, Sveučilište Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju

BILJEŠKE

ANALIZA MENADŽERSKIH STILOVA VOĐENJA U USLOVIMA IMPLEMENTACIJE ORGANIZACIJSKIH PROMJENA – SLUČAJ JP ELEKTROPRIVREDA BIH

Suada Penava⁷
Dževad Šehić⁸

SAŽETAK

Da bi opstale ili da bi bile dugoročno efektivne, današnje kompanije moraju biti spremne da reaguju i na prilike i na prijetnje iz okruženja a potreba stalnog prilagođavanja i mijenjanja za njih je postala imperativ. Istovremeno, istraživanja pokazuju da su rezultati velikih promjena često razočaravajući odnosno da organizacijske promjene nisu uspješne u mjeri u kojoj se to očekivalo od strane onih koji ih iniciraju.

Među razlozima koji dovode do neuspjeha u provođenju organizacijskih promjena često se pominje odsustvo leadershipa kao i neadekvatnost korištenih leadership stilova od strane onih pojedinaca u organizaciji koji su zaduženi za provođenje promjena. Naime, osim posjedovanja menadžerskih kvaliteta zastupnika promjena u organizacijama, provođenje promjena zahtjeva i efektivan leadership te se u literaturi često sreće tvrdnja da je upravo leadership faktor koji čini razliku između uspješnih i neuspješnih promjena.

Analiza menadžerskih stilova vođenja koja je predmet ovog rada, urađena je na osnovu rezultata empirijskog istraživanja provedenog u jednoj bosanskohercegovačkoj kompaniji. Ovo istraživanje je imalo za cilj da provjeri u kojoj mjeri su teoretske pretpostavke o efektima transformacijskog leadershipa, koje svoje korijene imaju u socio-ekonomskom okruženju značajno različitim od našega, relevantne u uslovima kakvi su prisutni u jednoj domaćoj kompaniji i da li je moguće potvrditi nalaze empirijskih istraživanja provedenih na osnovu takvih teoretskih pretpostavki. U ovom radu će biti prezentiran dio rezultata ovog istraživanja i to onaj dio koji se odnosi na evaluaciju leadership stila prisutnog kod rukovodilaca zaduženih za provođenje promjena u predmetnoj kompaniji. Interpretacija rezultata o leadership stilovima izvršena je usporedbom sa rezultatima normirane populacije koju sačinjava 3068 lidera iz šest (6) evropskih zemalja.

Ključne riječi: organizacijske promjene, stilovi liderstva, transformacijski leadership

7 Dr.sc. Suada Penava, Elektroprivreda BiH dd Sarajevo

8 Dr.sc. Dževad Šehić, red. prof. Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu

BILJEŠKE

PODUZETNIČKI PRISTUP U PRIMJENI TRIPLE HELIX KONCEPTA U RAZVOJU INTELIGENTNOG GRADA – PRIMJER GRADA OSIJEKA

Slavica Singer⁹

Julia Perić¹⁰

Petra Mezulić¹¹

SAŽETAK

Upravljanje razvojem bilo kojeg sistema, pa tako i grada, zahtijeva identifikaciju početnog i očekivanog stanja (viziju), prepoznavanje aktera procesa transformacije, identificiranje strategija i ključnih faktora uspjeha. Svaki grad je ujedno i otvoreni sistem, s interakcijama unutar grada i interakcijama grada s okruženjem. Zbog toga upravljanje razvojem grada nameće potrebu primjene Triple Helix koncepta (odnosno artikuliranje suradnje između sveučilišta, poslovnog sektora i lokalne uprave), a nužnost ubrzavanja procesa razvoja zahtijeva primjenu poduzetničkog pristupa (proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti za izbor vizije, ciljeva i strategija). Efektivnost tog procesa se provjerava kroz ocjenu u kojoj mjeri identificirana vizija i ciljevi odgovaraju prilikama u okolini, a efikasnost korištenja resursa daje uvid koliko primjenjene strategije doprinose ostvarivanju imenovane vizije i ciljeva.

Postavljanjem vizije transformacije grada Osijeka od industrijskog do inteligentnog grada istraživački tim Ekonomskog fakulteta u Osijeku prihvatio je izazov koji donosi širokopojasna mreža i informacijska tehnologija u globaliziranju aktivnosti grada u cilju jačanja kvalitete lokalnog života. Istovremeno, "širokopojasna ekonomija" predstavlja radikalni izazov gradovima, bez obzira radi li se o velikim ili malim, smještenim u razvijenim sredinama ili sredinama u razvoju, da iskoriste te nove mogućnosti kao jak alat za jačanje svoje konkurentnosti. U tom kontekstu je razmjena informacija i suradnja između Triple Helix aktera (sveučilišta, poslovnog sektora, lokalne uprave) moguća, ali i neminovna ukoliko se želi ostvariti efektivnost i efikasnost poduzetničkog upravljanja razvojem grada. Na primjeru rada na strateškom dokumentu razvoja grada Osijeka prikazat će se proces participatorne metodologije kao načina kako aktivirati Triple Helix aktere i pokrenuti njihovo poduzetno ponašanje.

Ključne riječi: triple Helix, poduzetnički pristup razvoju gradova, inteligentni gradovi

9 Dr.sc. Slavica Singer, profesor emeritus, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jurića Strossmayera u Osijeku

10 Dr.sc. Julija Perić, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jurića Strossmayera u Osijeku,

11 Petra Mezulić, mag.oec., asistent, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jurića Strossmayera u Osijeku

BILJEŠKE

KONCENTRACIJA VLASNIŠTVA I OSOBINE SUSTAVA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U KORPORACIJAMA U BOSNI I HERCEGOVINI

Zdenko Klepić¹²

Nikola Papac¹³

SAŽETAK

Korporativno upravljanje predstavlja skup odnosa između menadžmenta, malih i velikih dioničara te drugih interesnih grupa pri određivanju smjera i uspješnosti korporacije. Razvijeno i efikasno korporativno upravljanje temeljni je preduvjet održivoga ekonomskog rasta, povećanja efikasnosti korporacija te jamac lakšem pristupu kapitalu. Sustav korporativnog upravljanja obuhvaća nositelje presudnih pozicija i uloga na odnose u korporaciji, a s obzirom na to imaju li presudnu poziciju vanjske strukture ili pak unutarnje, razlikuju se otvoreni i zatvoreni sustavi korporativnog upravljanja. Osobine sustava korporativnog upravljanja u Bosni i Hercegovini u ovom radu istražiti će se prema dva mehanizma, a to su eksterni mehanizam zakonski okvir i interni mehanizam koncentracija vlasništva. Bosna i Hercegovina je složeno uređena i podijeljena na dva entiteta, Federaciju BiH i Republiku Srpsku, pa splotom takvih okolnosti u Bosni i Hercegovini postoje dva zasebna ali djelomično usklađena entitetska zakonska okvira, te dva zasebna tržišta kapitala. Koncentracija vlasništva s druge strane vrlo je važan interni mehanizam korporativnog upravljanja jer se njome određuje distribucija moći i kontrole između menadžera i vlasnika. S obzirom na razinu koncentracije vlasništva možemo promatrati dvije situacije koje određuju i način upravljanja poduzećem, a to su visoka disperzija vlasništva (fragmentirano vlasništvo) i visoka koncentracija vlasništva (konsolidirano vlasništvo). U ovome radu analizirati će se temeljne osobine sustava korporativnog upravljanja u korporacijama u BiH, s obzirom na zakonski okvir i koncentraciju vlasništva. Cilj rada je prikazati i opisati međudnos između koncentracije vlasništva promatranih korporacija i osobina sustava korporativnog upravljanja s naglaskom na utjecaj koncentracije vlasništva na osobine i funkcioniranje sustava korporativnog upravljanja.

Ključne riječi: korporacija, korporativno upravljanje, sustav korporativnog upravljanja, koncentracija vlasništva, tržišta kapitala u Bosni i Hercegovini

12 Dr.sc. Zdenko Klepić, red. prof., Ekonomski fakultet Sveučilištou Mostaru

13 Mr.sc. Nikola Papac, Ekonomski fakultet Sveučilištou Mostaru

BILJEŠKE

ORGANIZACIJSKA STRUKTURA HOTELA I INFORMACIJSKA TEHNOLOGIJA

Zdenko Cerović¹⁴
Sanda Grudić Kvasić¹⁵

SAŽETAK

Organizacijske strukture su u stalnom procesu promjena. Uvođenje suvremenih inofrmacijskih tehnologija dodatno utječe na proces promjena organizacijskih struktura hotela. Hotel je kao ugostiteljski objekt za smještaj u stalnoj inaterakciji s okruženjem odnosno turističkim tržištem na kojem se stalno prilagođava promjenama i potrebama turističke potražnje. Stoga će u radu model istraživanja sačinjavati hoteli kao ugostiteljski objekti, pri čemu će se istraživati promjene organizacijskih struktura odabranih i prepoznatljivih hotela. Metodom usporedbe žele se međusobno usporediti hoteli u Republici Hrvatskoj s cjelogodišnjim, kao i sezonskim poslovanjem. Metode istraživanja biti će metode benchmarkinga, analize i sinteze, uz pomoć SPSS programa.

Cilj istraživanja je istražiti i dokazati da se organizacijske strukture hotela mijenjaju pod stalnim utjecajem uvođenja novih tehnologija, posebice informacijskih tehnologija. U tom smislu želi se dokazati teza da se razina menadžmenta stalno smanjuje u cilju povećanja poslovne uspješnosti i kvalitete hotelskih usluga. Smanjenje broja i razina hotelskog menadžmenta povećava kvalitetu hotelskih usluga u cilju stalnog praćenja potreba i motiva gostiju.

Ključne riječi: organizacijska struktura, hotelska usluga, hotelski menadžment, informacijska tehnologija

14 Dr. sc. Zdenko Cerović, red. prof., Sveučilište Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

15 Sanda Grudić Kvasić, mag.oec., Sveučilište Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

BILJEŠKE

CROATIA AS A LODESTONE FOR NON-NATIONALS; IS THERE A LINK BETWEEN LIFESTYLE (CULTURE) AND ENTREPRENEURIAL POTENTIAL?

Violeta Šugar¹⁶
Roberta Kontosic¹⁷

ABSTRACT

During the past decade or two there have been quite a few people from various foreign countries settled in Croatia, started their family and businesses, even becoming Croatian citizens. The study analyses the trend, the motives and reasons of such people to transfer their lives from countries such as United Kingdom, Italy, USA, Estonia, Ireland, Russia, China, Hungary, Austria, Poland, Benin and other countries to Croatia. The structural interview is created and empirical research carried out in order to find out as follows: 1) what are the initial motives for coming to Croatia; 2) have the initial motives changed over the years living in Croatia and to what extent; 3) what are the elements / indicators of so called Croatian lifestyle; 4) what are advantages and disadvantages of living in Croatia as opposed to the country of their origin; 5) what kind of business / entrepreneurial opportunities have they found in Croatia; 6) how cultural diversity affects their interpersonal, emotional and work performance; 7) about their awareness of the three sources of cultural intelligence, cognitive, physical (behavioural) and emotional; 8) what kind of business opportunity have they found in Croatia.

Keywords: cultural intelligence, lifestyle, economy of culture, entrepreneurship, innovation

16 Dr.sc. Violeta Šugar, docent, Sveučilište u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr Mijo Mirković“ Pula

17 Roberta Kontosic, mag. oec., Sveučilište u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr Mijo Mirković“ Pula

BILJEŠKE

OIL COMPANIES GUVERNING PROCESS UPGRADING THRU CONTEMPORARY MANAGERIAL CONCEPTS APPLICATION

Elvir Čizmić¹⁸
Venan Hadžiselimović¹⁹
Kenan Crnkić²⁰

ABSTRACT

Within contemporary business environment and modern post-industrial age the most important characteristic of the modern managers are, precisely, their ability to adapt to business environment changes and generate managerial competences and intellectual capital through knowledge management programs by improving an organization's operations and increasing their competitiveness. The main problem of strategic management in today's business environment is connected with capabilities of implementation already defined strategy and achieving of settled strategic goals. In solving the problem of implementing defined strategies is developed a sovereign managerial approach and very flexible concept which include defining, measuring and balancing most important criteria of business performances. This concept is called Balanced Score Card concept and it is a modern managerial concepts for improving business performance of the organization and it uses learning and growth perspectives and its indicators connected to human resources development, internal processes perspective and its operational indicators, customer perspectives and its customer satisfaction indicators and final financial perspective and its indicators. Interconnection between perspectives indicators and their mutual balancing, through cause effect relationship, lead to improve business performances of any sovereign organization.

This paper will demonstrate practical aspects of complexity and importance of companies' strategic orientation and managerial approaches in today's modern business environment through the practical research within oil companies that operate in Bosnia and Herzegovina market.

Keywords: Balanced Score Card Concept, Business Strategy Implementation, Business Performances, Oil and Oil Derivatives Industry

18 Dr.sc. Elvir Čizmić, vanr. prof. Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu,

19 Mr.sc Venan Hadžiselimović, Ekonomski fakultet Univerziteat u Sarajevu,

20 Dr.sc. Kenan Crnkić, docent Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu,

BILJEŠKE

EXPLORING FINANCIAL AND LOGISTICS PERFORMANCE DIFFERENCES BETWEEN GROUPS OF ERP USERS: THE CASE OF CROATIA

Nikša Alfirević²¹

Darko Rendulić²²

Andreja Brajdić²³

ABSTRACT

Previous research has strongly emphasized the issue of financial impact of the ERP implementation, with practically each vendor trying to produce arguments in favor of its ERP offering. In this paper, we test the hypothesis on the existence of the lack of significant differences among indicators of financial and logistics performance for the groups of Croatian Enterprise Resource Planning (ERP) users, sourcing their ERP systems from different vendors. In addition, we continue the previous research on the association between logistics and financial performance for ERP users. Both analyses are performed by using the most recent (2011-2013) performance data, obtained from the Financial Agency (FINA) of Croatia and the commercial providers of financial data. The obtained empirical results are discussed in the context of previous studies, related both to the (specific) effects of ERP implementation, and the (general) effectiveness of Information Technology (IT) investments. Specific recommendations for organizations, considering the introduction of an ERP system, are also identified.

21 Dr.sc. Nikša Alfirević, red. prof., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

22 Dr.sc. Darko Rendulić, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

23 Andreja Brajdić, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

BILJEŠKE

ANALIZA KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI BANAKA U BIH

Zijada Rahimić ²⁴
Nedim Gradašćević ²⁵

SAŽETAK

Korporativna društvena odgovornost je sastavni dio poslovnih aktivnosti kompanija u svim sektorima privrede pa tako i u bankarstvu. Jedinstven pristup ovom segmentu poslovanja u globalnim okvirima ne postoji. Postoje samo partikularna rješenja za pojedina područja ovog segmenta poslovanja, predstavljena primarno kroz dokumente Ujedinjenih Nacija, Organizacije za ekonomsku kooperaciju i razvoj, Svjetske banke i sličnih međunarodnih organizacija koji služe kao smjernice i principi s ciljem pomoći kompanijama na području korporativne društvene odgovornosti. Cilj ovog rada jeste utvrditi stepen u kojem su banke koje posluju na području Bosne i Hercegovine aktivne u segmentu korporativne društvene odgovornosti. Sa time u vezi analizirani su pomenuti dokumenti kao i iskustva nekih od vodećih svjetskih banaka poput Deutsche bank, ABN AMRO, Barclays, BNP Paribas, i UBS banke. Na osnovu te analize kreiran je benchmark sa kojim se poredi stanje bankarskog sektora Bosne i Hercegovine. U sklopu korporativne društvene odgovornosti analizirani su: korporativni pristup, poslovno ponašanje i radni odnosi, stakeholder angažman, uključenost u zajednicu, ekološka osvještenost, društveno odgovorno finansiranje i integracija međunarodnih smjernica i principa u poslovanje banke. Na osnovu dobivenih rezultata utvrđeno je da banke koje posluju na području Bosne i Hercegovine prate trend korporativne društvene odgovornosti u međunarodnom bankarstvu.

Ključne riječi: korporativna društvena odgovornost, bankarski sektor, poslovno ponašanje, ekološka osvještenost, uključenost u zajednicu.

24 Dr.sc. Zijada Rahimić, vanr.prof., Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu

25 Nedim Gradašćević, magistar menadžmenta, Saradnik za kontroling, Inmer d.o.o.

BILJEŠKE

RAZVIJANJE KOMPETENCIJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA KAO NAČINA POSTIZANJA KONKURENSKE PREDNOSTI BOSANSKOHERCEGOVAČKIH PREDUZEĆA

Dijana Husaković²⁶

SAŽETAK

Društveno odgovorno poslovanje postaje standardni način poslovanja u razvijenim zemljama. Kreiranje imidža društveno odgovornog preduzeća, te usvajanje principa poslovanja na društveno odgovoran način postaje uslov za opstanak na kompetitivnom svjetskom tržištu. Strateški pristup društveno odgovornom poslovanju preduzeća, na način da istovremenim kreiranjem ekonomske i društvene vrijednosti preduzeće kreira svoju konkurentsku prednost i omogućava ostvarivanje bolje konkurentске pozicije na tržištu na kojem posluje, je sve dominantniji.

Jedan od ključnih načina za ostvarivanje društveno odgovornog poslovanja bh. preduzeća jeste i razvijanje kompetencija menadžera preduzeća iz date oblasti, što je naročito značajno za poduzetnike i menadžere malih i srednjih preduzeća sa internacionalnom orijentacijom. Međutim, nedostatak formalnog i neformalnog obrazovanja na području BiH, ali i regiona, iz oblasti društveno odgovornog poslovanja svakako predstavlja značajnu prepreku. Dodatni problem se ogleda u tome što se društvenoj odgovornosti preduzeća pristupa najčešće iz neekonomske perspektive, tako da je i one institucije koje se bave edukacijom iz ove oblasti, povezuju isključivo sa poslovnom etikom i moralom.

Cilj ovog rada je da se posebno ukaže na potrebu promjene pristupa obrazovanju budućih menadžera i lidera. Naime, primjenom upravljanja preduzećem na društveno odgovoran način kroz prizmu strateškog menadžmenta, moguće je ostvariti značajni pomak u ovoj oblasti i unaprijediti praksu bh. preduzeća. Radi provjere ove hipoteze u ovom radu će se koristiti rezultati šireg istraživanja autorice.

Ključne riječi: Društveno odgovorno poslovanje, strategija, kompetencije

26 Dr.sc. Dijana Husaković, docent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici.

BILJEŠKE

KAKO MJERITI UČINKE PODUZETNIČKOG OBRAZOVANJA – SLUČAJ ASTEE PROJEKTA

Sunčica Oberman Peterka²⁷

Tihana Koprivnjak²⁸

SAŽETAK

Potreba za poduzetničkim ponašanjem i djelovanjem u svim aspektima života postaje sve naglašenija, a presudnu ulogu u stvaranju poduzetničkog društva i poduzetničke kulture ima obrazovanje. Broj obrazovnih programa iz poduzetništva na svim razinama obrazovanja, širom svijeta u stalnom je porastu. Često se navodi kako je poduzetničko obrazovanje jedan od najvažnijih razvojno-ekonomskih mehanizama. Način organizacije, sadržaj, metodologija i pedagogija se od programa do programa razlikuju, ali svi oni nastaju iz sličnih pobuda: potaknuti ekonomski razvoj sredine u kojoj djeluju. Poduzetničko obrazovanje ima pozitivan utjecaj na razvijanje poduzetnog duha mladih ljudi, njihove namjere prema otvaranju vlastitog poduzeća, njihovu zapošljivost i u konačnici na njihovu ulogu u društvu i gospodarstvu. Iako je značaj poduzetničkog obrazovanja gotovo opće prihvaćen postoje brojni problemi u mjerenju učinaka takvog obrazovanja. U slučaju poduzetničkog obrazovanja, tradicionalni alati za procjenu stečenog znanja, nisu primjenjivi.

Cilj rada je prikazati različite pristupe u evaluaciji učinaka poduzetničkog obrazovanja te predstaviti alat za mjerenje učinaka poduzetničkog obrazovanja, razvijen u okviru europskog projekta ASTEE.. Cilj projekta ASTEE bio je razviti zajednički europski alat za mjerenje učinka obrazovanja za razvoj poduzetničkih kompetencija na svim obrazovnim razinama (osnovnoškolsko, srednjoškolsko i visoko obrazovanje). U radu će se prezentirati i rezultati istraživanja napravljenog u okviru projekta, u 13 država sa ukupno 6.488 ispitanika.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničko obrazovanje, učinci poduzetničkog obrazovanja

27 Dr.sc. Sunčica Oberman-Peterka, izvanr. prof., Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jura Strossmayera u Osijeku

28 Tihana Koprivnjak, mag.oec., asistent, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jura Strossmayera u Osijeku

BILJEŠKE

INTERAKCIJA IZMEĐU RAZLIČITIH NIVOVA MENADŽMENTA U IMPLEMENTIRANJU STRATEGIJE U RUDARSKIM PREDUZEĆIMA U FBiH

Sabina Đonlagić²⁹

Mirzet Šehić³⁰

Adil Kurtić³¹

SAŽETAK

Zbog specifičnosti poslovanja u rudarstvu kao i specifičnosti poslovanja pojedinih rudarskih preduzeća, specifične organizacijske strukture, zakonske regulative vezane za oblast rudarstva, prostorne disperzije i lokacije, implementiranje odabrane strategije predstavlja izazov u procesu strateškog upravljanja rudarskim preduzećima. Ova faza procesa strateškog menadžmenta dodatno je složenija s obzirom na prisutnost većeg broja nivoa menadžmenta u ovim preduzećima.

U radu s prezentirani rezultati istraživanja čiji je cilj da se temeljem teorijskih i empirijskih naučnih spoznaja utvrdi na koji način se vrši implementiranje strategije i kako se koordiniraju aktivnosti među različitim menadžerskim nivoima u rudarskim preduzećima. Uzimajući u obzir funkcije i zadatke pojedinih nivoa menadžmenta i njihovu ulogu u izradi i provođenju strateških planova u posebnom fokusu je uloga menadžera srednjeg nivoa menadžmenta.

Ključne riječi: strateški menadžment, implementacija strategije, nivoi menadžmenta, rudarska preduzeća.

29 Dr.sc. Sabina Đonlagić, docent, , Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

30 Mirzet Šehić, dipl.oec. RMU „Banovići“ dd Banovići (master studij EFUNTZ)

31 Dr.sc. Adil Kurtić, red. prof., Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

BILJEŠKE

DIZAJN RADNIH MJESTA I SOCIJALNA ATMOSFERA KAO FAKTORI ZADOVOLJSTVA POSLOM ZAPOSLENIKA U BANKARSKOM SEKTORU BOSNE I HERCEGOVINE

Emira Kozarević³²
Adisa Delić³³

SAŽETAK

Usljed globalne recesije banke posluju u otežanim uslovima, koji podrazumijevaju relativan rast učešća problemskih zajmova u ukupnoj kreditnoj sumi, porast troškova rezervisanja za potencijalne kreditne gubitke, pad nivoa profitabilnosti, otežanu kreditnu aktivnost i sl. U takvim uslovima, banke neminovno moraju da redefinišu svoje poslovne politike i da se što više okrenu neiskorištenim unutrašnjim rezervama (internim resursima), prije svega ljudskim.

Budući da samo oni zaposlenici koji imaju pozitivan stav prema vlastitom poslu ostvaruju očekivane radne performanse, proizvedeći time i pozitivne efekte na poslovanje banke u cjelini, posljednjih godina posebna istraživačka pažnja posvećuje se fenomenu »zadovoljstva poslom« u bankarskom sektoru. Brojne referentne studije provedene u različitim dijelovima svijeta potvrdile su direktnu vezu između produktivnosti i nivoa zadovoljstva poslom zaposlenika na različitim nivoima organizacijske hijerarhije u bankama. Stoga ovaj rad ima za cilj da identifikuje i sistematizuje glavne faktore zadovoljstva poslom bankarskih zaposlenika i, posebno, istraži uticaj dizajna radnih mjesta i socijalne atmosfere na poslu na nivo tog zadovoljstva, kako bi se, u uslovima recesije koja je zahvatila cijeli svijet, bankarskim menadžerima u Bosni i Hercegovini i šire obezbijedile značajne smjernice za kvalitetnije upravljanje ljudskim resursima i, konsekventno, uspješnije poslovanje. U radu će biti prezentirani i detaljno elaborirani rezultati empirijskog istraživanja koje je provedeno među zaposlenicima u bankama u BiH sredinom 2013. godine, s ciljem utvrđivanja intenziteta uticaja dizajna radnih mjesta i socijalne atmosfere na poslu na njihovo ukupno zadovoljstvo poslom. Istraživanjem je obuhvaćeno čak 529 ispitanika, što predstavlja frakciju od 5,12% od ukupnog broja zaposlenika u bosanskohercegovačkom bankarskom sektoru.

Ključne riječi: bankarski sektor, globalna recesija, produktivnost, zadovoljstvo poslom, dizajn radnih mjesta, socijalna atmosfera na poslu, Bosna i Hercegovina

32 Dr. sc. Emira Kozarević, vanr. prof., Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet

33 Dr. sc. Adisa Delić, vanr. prof., Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet

BILJEŠKE

MARKETINŠKA INSTRUMENTALIZACIJA HACCP STANDARDA U TRGOVINI - PRIMER TRŽIŠTA REPUBLIKE SRBIJE

Sreten Ćuzović³⁴

Svetlana Sokolov Mladenović³⁵

Đorđe Ćuzović³⁶

SAŽETAK

Poslednjih godina u međunarodnoj trgovini zabilježen je trend povećanja obima prometa poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Ovakav pozitivan trend zabilježen je ne samo u zemljama Evropske unije, već i u Republici Srbiji. Trgovina kao organizovani oblik tržišta i primarni kanal distribucije ima centralno mesto u prometu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. S druge strane, u prometu ovih proizvoda neophodno je da budu zadovoljeni određeni uslovi. Pored komercijalnih uslova u prometu hrane, veoma značajno mjesto zauzima i zakonsko-pravna regulativa o zdravstveno-bezbjedonosnoj ispravnosti hrane. Do izražaja dolazi primjena HACCP koncepta (Hazard Analysis Critical Control Point-Analiza opasnosti i kontrola kritičnih tačaka), odnosno standard koji uređuje zdravstveno-higijensko-bezbjedonosnu ispravnost proizvoda „od njive do trpeze“. Imajući u vidu značaj HACCP standarda, kao i direktive Evropske Unije o kvalitetu i bezbjednosti hrane, on svoje mjesto nalazi u trgovini, u segmentu prometa poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Cilj ovog rada je da, kroz komparativnu analizu zemalja članica Evropske unije i Srbije, ukaže na nivo primene HACCP standarda na tržištu Srbije i trgovinskom sektoru.

Ključne reči: HACCP, trgovina, Evropska unija, Republika Srbija

34 Dr.sc. Sreten Ćuzović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

35 Dr.sc. Svetlana Sokolov Mladenović, docent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

36 Dr.sc. Đorđe Ćuzović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

BILJEŠKE

TRAŽENJE PREDANOSTI I INSPIRIRANJE PODREĐENIH KAO TEMELJNE KARAKTERISTIKE SUVREMENOG VODSTVA I DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODUZEĆA

Mia Glamuzina³⁷

Jozo Bejić³⁸

Andrijana Ostojić Mihić³⁹

SAŽETAK

Suvremeni pristup vodstvu je obilježen proučavanjem fenomena vizije, karizme, transformacije i promjena. Brze i učestale promjene ekonomskih i političkih uvjeta, te tehnološki razvoj zahtjevaju brzinu prilagodljivosti i razumijevanje unutar organizacija. Moderne organizacije zahtjevaju moderne vođe, koji traženjem predanosti i inspiriranjem podređenih usmjeravaju njihovo djelovanje prema ostvarenju temeljnih ciljeva poslovanja. Društvena odgovornost poduzeća, kao jedan od ciljeva poslovanja, dobiva sve veći značaj, s obzirom na činjenicu da poduzeće nije isključivo ekonomski entitet već i socijalni entitet što znači da njegovo djelovanje treba biti usklađeno s ciljevima svih stakeholdera, a voditi prema održivosti. U ovom istraživanju će se ispitati utjecaj karakteristika suvremenog vodstva – traženje predanosti i inspiriranje podređenih na stupanj društvene odgovornosti poduzeća. Pokušati će se utvrditi da li poduzeća u kojima je vodstvo inspirativno i potiče predanost i uključenost zaposlenika imaju razvijeniju društvenu odgovornost od onih gdje vodstvo nema te karakteristike. Istraživanje je provedeno na 88 srednje velikih i velikih poduzeća u FBiH i omogućilo je utvrđivanje smjera i intenziteta utjecaja karakteristika suvremenog vodstva na društvenu odgovornost poduzeća.

Ključne riječi: suvremeno vodstvo, predanost, inspiriranje podređenih, društvena odgovornost poduzeća

37 Dr.sc. Mia Glamuzina, VŠU Logos Centar Mostar

38 Mr.sc. Jozo Bejić, Federalno Ministarstvo Razvoja Poduzetništva i Obrta, Mostar

39 Dr.sc. Andrijana Ostojić Mihić, Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Mostaru,

BILJEŠKE

PODUZETNIČKA AKTIVNOST I REGIONALNI RAZVOJ

Dina Korent⁴⁰
Ksenija Vuković⁴¹
Ruža Brčić⁴²

SAŽETAK

Temeljem proučavanja brojnih znanstvenih i stručnih radova i razmatranja poduzetništva kao suvremenog fenomena primijećen je nedostatak istraživanja poduzetništva u svojem prirodnom okruženju, u lokalnoj zajednici. Nasuprot nacionalnim i globalnim analizama koje nepobitno daju znanstveno uporište tezama o značaju poduzetništva, ovaj rad istražuje utjecaj poduzetničke aktivnosti na regionalnoj razvitak i obratno.

Cilj ovog rada jest istražiti, proračunati i analizirati poduzetničku aktivnost Republike Hrvatske, regija i županija iste u kontekstu TEA indeksa i aproksimiranih mjera poduzetničke aktivnosti (broja poduzetnika na 100 zaposlenih i broja poduzetnika na 100 stanovnika). Na temelju prikupljenih i obrađenih podataka o odabranim pokazateljima regionalnog razvitka (BDP po stanovniku, stopa nezaposlenosti, udio visokoobrazovanih starijih od 15 godina, indeks regionalne konkurentnosti) i poduzetničke aktivnosti ispitati postojanje korelacije, reciprociteta i obostranog utjecaja poduzetničke aktivnosti i regionalnog razvoja na međuregionalnoj i međužupanijskoj razini. Kako bi se analizirao odnos poduzetničke aktivnosti i regionalnog razvoja provedeno je testiranje primjenom statističkih metoda (linearna regresija, korelacija) na dvije razine analize (međuregionalna, međužupanijska) kroz prizmu odnosa odabranih pokazatelja regionalnog razvoja i aproksimiranih mjera poduzetničke aktivnosti. Na osnovu rezultata ustanovljeno je da analizirani odnos zaista karakterizira reciprocitet i postojanje signifikantno pozitivne korelacije kao i da se poduzetnička aktivnost signifikantno razlikuje ovisno o stupnju ekonomskog razvoja.

Očekuje se da će saznanja dobivena ovim istraživanjem biti korisna kako kreatorima regionalne politike tako i poduzetnicima, a sve u cilju promicanja obostrano pozitivnog utjecaja.

Ključne riječi: poduzetnička aktivnost, regionalni razvitak, reciprocitet, Republika Hrvatska

40 Mag.oec. Dina Korent, asistent, Fakultet organizacije i informatike Sveučilišta u Zagrebu,

41 Dr.sc. Ksenija Vuković, izvanr. prof., Fakultet organizacije i informatike Sveučilišta u Zagrebu,

42 Dr.sc. Ruža Brčić, izvanr. prof., Fakultet organizacije i informatike Sveučilišta u Zagrebu

BILJEŠKE

ROLE OF MANAGERIAL ETHICS AND BUSINESS MORAL ON THE EXAMPLE OF BREWERY KARLOVAC

Senka Borovac Zekan⁴³

ABSTRACT

Business ethics is the branch of ethics that studies what is good and right for business, and to determine that, there are various ethical principles. By business ethics it is consider obligation to do business on appropriately way, and responsibility for it's failing. Purpose and goal of this research is to define business ethics and business moral, and then relate it on the example from the real concern (Brewery Karlovac). It is necessary to determinate historical facts business ethics' appearance, it's subjects and objects, ethical principles that every company needs for management, and types of business ethics and ethical management. Also, it is necessary to determine criteria by which managers makes good, correct and ethical decisions, role of ethics in business enterprising, as well as code of ethics that become key element of almost every modern enterprise today.

Keywords: managerial ethics, business moral, codes of ethics and standards, management of business ethics, ethics and morality in business

43 Senka Borovac Zekan, mag.oec., Ekonomski fakultet Sveučilište u Splitu

BILJEŠKE

DRUŠTVENI MEDIJI U MARKETINGU VISOKOOBRAZOVNIH INSTITUCIJA: DRŽAVNI VS. PRIVATNI FAKULTETI U BOSNI I HERCEGOVINI

Ermina Smajlović⁴⁴

Alma Kamarić⁴⁵

Ahmet Sinanagić⁴⁶

SAŽETAK

Primjena interneta i elektronske komunikacije postali su nezaobilazni u gotovo svim oblastima savremenog poslovanja visokoobrazovnih institucija. Razvoj društvenih medija i rast njihove popularnosti uvjetovao je raširenost njihove primjene u marketingu visokoobrazovnih institucija. Brza razmjena informacija, velike količine podataka, kao i prostorno i drugim barijerama neograničen kontakt, samo su neke od karakteristika komuniciranja putem društvenih medija između istraživača, nastavnika, sadašnjih i budućih studenata. Društveni mediji omogućavaju visokoobrazovnim institucijama da komuniciraju sa svojim ciljnim grupama uz visok nivo selektivnosti i interakcije, što predstavlja značajnu podršku realizaciji njihovih marketing ciljeva. Visokoobrazovane institucije u Bosni i Hercegovini su, prateći trendove iz okruženja, počele primjenjivati društvene medije u sklopu svojih marketing aktivnosti. Stoga se u ovom radu razmatra uloga i značaj društvenih medija u marketingu visokoobrazovnih institucija, te analiziraju rezultati istraživanja primjene društvenih medija u marketingu visokoobrazovnih institucija u Bosni i Hercegovini. Poseban akcenat je stavljen na komparativnu analizu načina na koji državne i privatne visokoobrazovne institucije u Bosni i Hercegovini primjenjuju društvene medije za realizaciju svojih marketing ciljeva.

Ključne riječi: marketing u visokom obrazovanju, promocija u visokom obrazovanju, visokoškolske ustanove u Bosni i Hercegovini, društveni mediji

44 Dr.sc. Ermina Smajlović, docent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli,

45 Mr.sc. Alma Kamarić, viši asistent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

46 Mag. Ahmet Sinanagić, doktorant EFUNTZ

BILJEŠKE

INTRAPODUZETNIŠTVO I PRETPOSTAVKE RAZVOJA INTRAPODUZETNIŠTVA U VELIKIM PROIZVODNIM PREDUZEĆIMA U BOSNI I HERCEGOVINI

Muzafer Brigić⁴⁷
Bahrija Umihanić⁴⁸
Sabina Đonlagić⁴⁹

SAŽETAK

Rast i razvoj je jedan od osnovnih ciljeva svakog preduzeća. Posvećenost aktivnostima koje stvaraju pretpostavke za rast i razvoj važna je aktivnosti menadžmenta. Poduzetničko djelovanje obezbjeđuje pretpostavke da se ostvari rast i razvoj. U velikim i postojećim preduzećima poduzetničke aktivnosti predstavljaju intrapoduzetništvo. U kojoj mjeri je prisutno intrapoduzetničko djelovanje u proizvodnim preduzećima u Bosni i Hercegovini te koje su organizacijske pretpostavke za intenziviranje intrapoduzetničkog djelovanja i kakav je uticaj na rast preduzeća, predmet su istraživanja u radu. Primarno istraživanje je sprovedeno terenskim istraživanjem primjenom ankete kao instrumenta za prikupljanje podataka. Anketiranjem se došlo do odgovora na pitanje do koje mjere je intrapoduzetništvo razvijeno u proizvodnim preduzećima u FBiH sa aspekta ključne dvije dimenzije intrapoduzetništva, inovativnosti i autonomnosti djelovanja, te šta je neophodno učiniti na polju menadžmenta preduzećima kako bi se stvorili preduslovi za intenziviranje intrapoduzetničke aktivnosti u tim preduzećima. Uzorak je predstavljalo 50 velikih proizvodnih preduzeća u Federaciji Bosne i Hercegovine. Korištene su statističke metode obrade podataka: deskriptivna analiza, faktorska analiza, regresija i korelacija. Analizom rezultata istraživanja potvrđena je postavljena hipoteza da stvaranje povoljnih organizacijskih preduslova omogućava intenziviranje intrapoduzetničke aktivnosti i sticanje konkurentskih prednosti važnih za dugoročni rast i razvoj proizvodnih preduzeća. Date su preporuke kako bi se poboljšale organizacijske pretpostavke za intenzivnije intrapoduzetničko djelovanje.

Ključne riječi: menadžment, rast, razvoj, poduzetništvo, intrapoduzetništvo

47 Mr.sc. Muzafer Brigić, Helios dd Banovići, doktorant EFUNTZ

48 Dr.sc. Bahrija Umihanić, red. prof., Ekonomski Fakultet Univerziteta u Tuzli,

49 Dr.sc. Sabina Đonlagić, docent, Ekonomski Fakultet Univerziteta u Tuzli,

BILJEŠKE

ODNOS IZMEĐU SINTETIČKE OCJENE USPJEŠNOSTI PREDUZEĆA UNUTAR DIJAGNOSTIFIKOVANOG RAZVOJNOG STANJA – KOMPARACIJA DVA MODELA: POSLOVNE IZVRSNOSTI I DISKRIMINANTNE FUNKCIJE

Dženan Kulović⁵⁰

Spaso Kuzman⁵¹

Rifet Đogić⁵²

Preduzeće se osniva i posluje sa ciljem da ostvari uspješnost. Motivi i ciljevi njegovog osnivanja, postojanja i poslovanja su pozitivni rezultati koji mu omogućavaju opstanak i razvoj. Međutim, statistički podaci ukazuju da je većina preduzeća na prelazu iz jedne faze životnog ciklusa u drugu podložna poremećajima u poslovanju. Uspješnost preduzeća moguće je posmatrati na dva načina: sintetički kao prikaz sveukupne uspješnosti organizacione cjeline i analitički kao prikaz uspješnosti organizacionih dijelova. Zahvaljujući razvoju i usavršavanju menadžerskih vještina menadžerima je na raspolaganju nekoliko modela ocjene uspješnosti preduzeća. Međutim, menadžeri se prilikom donošenja poslovnih odluka suočavaju sa nepouzdanošću podataka što značajno umanjuje kvalitet odluka.

Cilj ovog rada je da primijenom dva modela ocjene uspješnosti preduzeća (model poslovne izvornosti i model diskriminatorne funkcije) izvrši komparaciju sintetičke i analitičke ocjene uspješnosti preduzeća unutar dijagnostifi kovanog razvojnog stanja sa ciljem utvrđivanja pouzdanosti rezultata poslovanja. Postojanje izražene veze između rezultata sintetičke i analitičke ocjene uspješnosti značajno će uticati na kvalitet procesa donošenja odluka. Uzorak sačinjava 40 preduzeća koji se nalazi u različitim fazama životnog ciklusa preduzeća: pionirstva, rasta, zrelosti i saturacije.

Ključne riječi: uspješnost preduzeća, proces odlučivanja, životni ciklus

50 Mr sc Dženan Kulović, viši as. Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici,

51 Dr.sc. Spaso Kuzman, viši as. Fakultet za menadžment i poslovnu ekonomiju Univerziteta u Travniku,

52 Dr.sc. Rifet Đogić, vanr.prof., Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici

BILJEŠKE

SIGNIFIKANTNOST INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U UPRAVLJANJU POSLOVANJEM TURISTIČKIH AGENCIJA

Studija slučaja: Turistička agencija Generalturist

Maja Lamza – Maronić⁵³

Jerko Glavaš⁵⁴

Andreja Rudančić-Lugarić⁵⁵

SAŽETAK

Jedna od pretpostavki za daljnji razvoj turizma je nužnost da subjekti turističke ponude i posrednici u prodaji iste, kvalitetom sadržaja svojih proizvoda, donekle determiniranom uniformnošću, ali i definiranom kvalitetom u odnosu na kriterije razvojne održivosti odredišta, nastave udovoljavati zahtjevima rastućeg turističkog tržišta, odnosno zahtjevima rastuće i sve zahtjevnije turističke potražnje. Upravo je stoga, jedan od ključnih razloga zbog kojih sve više turističkih agencija inklinira elektroničkom poslovanju praćenje trendova na strani turističke potražnje, prilagodba zahtjevima iste putem tehnoloških inovacija i u konačnici, nastojanje da se turistički proizvod ponudi i realizira putem Interneta.

Cilj ovog rada je prikazati važnost i ulogu informacijske tehnologije kao sastavnog dijela informacijskih sustava koji su prilagođeni radu u turističkim djelatnostima na primjeru odabrane turističke agencije. Svrha ovoga rada je na odabranom primjeru turističke agencije Generalturist, potvrditi pretpostavku da implementacija i dobro uređeni informacijski sustav čine jedan od temelja konkurentnosti ne samo subjekata turističke ponude već i turističkih posrednika.

Ključne riječi: menadžment, informacijske tehnologije, turistička agencija, studija slučaja

53 Dr.sc. Maja Lamza – Maronić, red.prof. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Osijeku

54 Dr.sc. Jerko Glavaš, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Osijeku

55 Mr.sc. Andreja Rudančić-Lugarić, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Osijeku

BILJEŠKE

SIX SIGMA ACTIONS IMPROVEMENTS BY BSC AND HOSHIN MANAGEMENT PLANNING

Predrag Pravdić⁵⁶

Rada Kučinar⁵⁷

ABSTRACT

The ultimate objective of management by policy is to establish a reliable organization – one that creates predictable results through the effective coordination of value-adding work that customers perceive as meeting their needs. In this environment, all employees are aware of their personal contribution to the objectives of the entire organization and are able to make local choices that are aligned with the strategic direction because they understand how the strategy affects their work and vice versa. To assure that these local decisions are aligned with strategic direction, it is the responsibility of the management team to develop a measurement system that provides employees with the visible line-of-sight from their work activities to its contribution to strategic direction. In this measurement system it is essential that causal linkages be established so that effective control can be executed at the local operating level.

Keywords: BSC, Hoshin, management, planning

56 Dr.sc. Predrag Pravdić, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet inženjerskih nauka Kragujevac

57 Dr.sc. Rada Kučinar, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet inženjerskih nauka Kragujevac

BILJEŠKE

JACANJE POSLOVNE PODRSKE PODUZETNICIMA KROZ RAZVOJ POSLOVNIH INKUBATORA U BOSNI I HERCEGOVINI

Edina Kurtić⁵⁸
Bahrija Umihanić⁵⁹
Sabina Đonlagić⁶⁰

SAŽETAK

Jedan od načina kako obezbijediti korektne početne uslove za bavljenje biznisom je organizacija i stvaranje poslovnih inkubatora. Fizička infrastruktura, ali prije svega, savjetodavne usluge koje inkubator pruža svojim korisnicima, olakšava uspostavu i razvoj preduzeća kojima u ranoj fazi poslovanja nedostaju menadžerske vještine i znanja iz oblasti finansija, marketinga i drugih oblasti poslovanja. Cilj je ojačati preduzeća, da nakon 3-4 godine provedene u inkubatoru, mogu samostalno poslovati na tržištu. U Bosni i Hercegovini, kao i u zemljama regije, poduzetnička infrastruktura se počela razvijati uglavnom stihijski, bez ozbiljne stručne analize, ali u posljednjih deset godina sve je više studija i istraživanja koja se bave upravo mogućnostima formiranja poduzetničke infrastrukture, koja treba omogućiti što brži razvoj malih i srednjih preduzeća da bi se pokrenuo privredni razvoj i otvorila nova radna mjesta.

Polazna pretpostavka ovog rada je da se povećanjem efikasnosti i razvojem mreže poslovnih inkubatora u Bosni i Hercegovini doprinosi jačanju malog i srednjeg poduzetništva kao pretpostavke privrednog razvoja. Cilj je istražiti da li je poslovna infrastruktura, posebno poslovni inkubatori, dovoljno razvijena da bi pružila adekvatnu podršku razvoju poduzetništva, te istražiti prepreke i probleme s kojima se suočavaju menadžeri inkubatora u Bosni i Hercegovini. Istraživanje će rezultirati identifikiranjem preporuka kreatorima politika, koje bi dovele do jačanja poslovne podrške poduzetnicima, kroz razvoj poslovnih inkubatora.

Ključne riječi: poduzetništvo, poslovni inkubatori, BiH

58 Mr.sc. Edina Kurtić, Privredna komora TK, doktorant EFUNTZ

59 Dr.sc. Bahrija Umihanić, red. prof., Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli,

60 Dr.sc. Adisa Delić, vanr.prof., Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli,

BILJEŠKE

STRATEGIES IN MODELS OF BUSINESS EXCELLENCE

Rada Kučinar⁶¹
Predrag Pravdić⁶²

ABSTRACT

The issue of quality is very present in the theory and practice of modern management, especially the last few decades. The quality of products and services has grown into the most competitive weapon of many companies around the world. In doing so, the winners will be those organizations that succeed to develop an innovative culture, where employees will enjoy the changes and to be carriers of such changes. Management sees quality as a solution to the existing problems and the current bad situation. Management, with great enthusiasm, is creating teams to identify problems and solve them. As a result, there is high activity, but very little is being done to improve the processes that produce what the organization sells.

Key words: processes, quality, management

61 Dr.sc. Rada Kučinar, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet inženjerskih nauka Kragujevac

62 Dr.sc. Predrag Pravdić, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet inženjerskih nauka Kragujevac

BILJEŠKE

KONCEPTUALNE POSTAVKE UPRAVLJANJA KATEGORIJAMA PROIZVODA

Ana Marija Alfirević⁶³

Ivana Plazibat⁶⁴

Senka Borovac Zekan⁶⁵

Anita Vrbanac⁶⁶

SAŽETAK

U radu se prvo izlažu teorijske osnove koncepta upravljanja kategorijama proizvoda i njegove uloge u upravljanju poslovnim odnosima između maloprodajnih lanaca i njihovih najznačajnijih dobavljača. Osnova od koje polazi koncept upravljanja kategorijama proizvoda ima za cilj, s jedne strane, zadovoljavanje potreba i želja kupaca/potrošača kroz ponudu adekvatnog asortimana i relativno niže cijene, a s druge strane, dobru poslovnu suradnju između maloprodavača i dobavljača kroz razmjenu informacija o preferencijama potrošača. Na taj se način olakšava definiranje asortimana proizvoda i minimiziranje zaliha, što može rezultirati obostranom koristi i povećanjem profita.

Navedeni koncept je značajan u široj regiji, s obzirom na njegovo nedovoljno poznavanje i primjenu, a da bi se isto i olakšalo, izlaže se primjer dobre prakse provedbe upravljanja kategorijama proizvoda u jednom od vodećih regionalnih maloprodajnih lanaca.

Ključne riječi: koncept upravljanja, kategorije proizvoda, maloprodjni lanac, preferencije potrošača

63 Ana Marija Alfirević, uni.spec.oec., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

64 Dr.sc. Ivana Plazibat, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

65 Senka Borovac Zekan, mag.oec., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

66 Anita Vrbanac, bacc.oec., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

BILJEŠKE

MENADŽERSKA VJEŠTINA KOMUNICIRANJA U SAVREMENOM POSLOVANJU

Admir Čavalić⁶⁷

SAŽETAK

Komunikacija predstavlja ključni faktor svih funkcija menadžmenta – planiranja, organiziranja, upravljanja ljudskim resursima, vođenja i kontrole. Zbog toga menadžerska vještina komuniciranja nastoji objediniti svaku od menadžerskih vještina koje proizilaze iz osnovnih funkcija menadžmenta, u svrhu korištenja maksimalnog potencijala navedenih. Rad daje prikaz osnovnih obilježja menadžerske vještine komuniciranja, sa fokusom na izazove savremenog informacijskog doba. Shodno tome, prikazana je rastuća uloga Interneta u komunikaciji, što neizbježno vodi transformaciji svakog od oblika komuniciranja, uključujući i menadžerske vještine komunikacije. Rad se bavi komunikacijom, menadžerskom vještinom komuniciranja i savremenim trendovima u komuniciranju, sa naglaskom na Internet komunikaciju. Pritom, značajnu ulogu imaju društveni mediji na Internetu koji mijenjaju način na koji menadžeri komuniciraju sa svojom internom i eksternom publikom. U radu se navodi da aktuelni komunikacijski trendovi stvaraju dodatni pritisak na menadžment preduzeća, u pravcu aktivnijeg komuniciranja sa ciljnom publikom i stejkholderima preduzeća. Osnovno obilježje savremenog poslovanja jeste učestala potreba za komuniciranjem i inoviranjem na polju komunikacije preduzeća.

Ključne riječi: komunikacije, menadžment, menadžerska vještina komuniciranja, Internet

67 Admir Čavalić, dipl.oec, asisitent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

BILJEŠKE

REORGANIZACIJA JAVNOG PREDUZEĆA ELEKTROPRIVREDA BOSNE I HERCEGOVINE U KONTEKSTU RESTRUKTURIRANJE ELEKTROENERGETSKOG SEKTORA BIH

Senad Salkić⁶⁸

Samira Fazlić⁶⁹

SAŽETAK

U vrijeme velikih promjena političkih, tehnoloških, organizacijskih, ekonomskih i odnosa prema životnoj sredini u Evropi, koje su obilježile kraj prošlog vijeka, a čije će se posljedice i rezultati u punom obimu osjećati i u prvim decenijama ovog vijeka, nužan je redizajn ukupnih odnosa u elektroenergetici, što podrazumijeva i utvrđivanje polaznog stanja, ciljeva, te prava i brzine promjena u njemu. Zadatak je zahtjevan i veliki izazov za sve razvijene evropske zemlje, a još više za zemlje u tranziciji kakva je i Bosna i Hercegovina. Potpisivanjem Sporazuma o energetske zajednici Bosna i Hercegovina obavezala se na provođenje sveobuhvatne reforme elektroenergetskog sektora u cilju brže i efikasnije integracije u jedinstveno evropsko energetske tržište, povećanja sigurnosti snabdijevanja, smanjenja cijena i povećanja zaštite životne sredine. U organizacijskom smislu ovaj proces podrazumijeva transformaciju monopolističkih državnih elektroenergetskih infrastruktura u tržišno orijentisane sektore, sa mješovitim vlasništvom i jasnom podjelom djelatnosti. Restrukturiranje elektroenergetskog sektora u Bosni i Hercegovini na samom je početku, iako su prvobitno definisani rokovi više puta pomjerani i produžavani. JP EP BiH, najveća elektorenergetska kompanija u Bosni i Hercegovini, dužna je do 01.01.2015. godine otvoriti tržište električne energije za sve kupce i omogućiti slobodan pristup mreži svim zainteresovanim stranama. U periodu koji slijedi potrebno je razdvojiti unutrašnje djelatnosti kompanije, izvršiti vertikalno razdvajanje, definisati odnose sa ugljarskom industrijom, što će formirati nove odnose u kompaniji i novu organizacionu strukturu.

Ključne riječi: restrukturiranje, elektroenergetika, razdvajanje, korporatizacija, holding

68 Dr.sc. Senad Salkić, Elektroprivreda Bosne i Hercegovine, Termoelektrana Tuzla

69 Dr.sc. Samira Fazlić, docent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli,

BILJEŠKE

MEĐUOVISNOST ČIMBENIKA KONKURENTNOSTI I SUSTAVA UPRAVLJANJA KVALITETOM U MALIM PROIZVODNIM PODUZEĆIMA

Katarina Malić - Bandur⁷⁰

SAŽETAK

U ovom radu ispitivala se međuovisnost čimbenika konkurentnosti u odnosu prema zastupljenosti sustava upravljanja kvalitetom u malim proizvodnim poduzećima. Mala poduzeća značajan su segment održivosti gospodarstva zbog svog doprinosa i utjecaja na makroekonomske varijable države odnosno zapošljavanju, stvaranju društvenog bruto proizvoda, privlačenju investicija te izvoznim aktivnostima gospodarstva.

Implikacije upravljanje kvalitetom predstavljaju imperativ ka održivosti konkurentnog gospodarstva. U radu će se prikazati značajnost i međuovisnost sustava upravljanja kvalitetom prema pojedinim čimbenicima konkurentnosti. Istraživanje analizira mala proizvodna poduzeća s aspekta uvedenosti sustava upravljanja kvalitetom. Rezultati istraživanja prikazuju osnovne karakteristike čimbenika konkurentnosti u malim proizvodnim poduzećima prema uvedenosti i nevedenosti sustava upravljanja kvalitetom. Temeljem dobivenih rezultata istraživanja evidentno je spomenuti da postoji značajna razlika u odabiru čimbenika konkurentnosti u malim poduzećima prema uvedenosti sustava upravljanja kvalitetom. Podizanje globalne konkurentnosti povezano je sa strategijama poduzeća koje se trebaju graditi na implementaciji sustava upravljanja kvalitetom što se ogleda u poboljšanju kvalitete proizvoda, procesa te zadovoljstvu svih dionika procesa.

Ključne riječi: konkurentnost, mala poduzeća, sustavi upravljanja kvalitetom

⁷⁰ Dr. sc. Katarina Malić-Bandur, docent, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, katerina.malic-bandur@sve-mo.ba

BILJEŠKE

UPRAVLJANJE OPSKRBNIM LANCIMA: IZAZOVI MJERENJA PERFORMANSI

Mensur Herić⁷¹

SAŽETAK

Svrha rada je prikazati koncept upravljanja lancima opskrbe u kontekstu izazova koji se javljaju prilikom mjerenja performansi. Opskrbni lanac se može shvatiti kao skup poslovnih entiteta koji, učestvujući u materijalnim i informacijskim tokovima, kreiraju vrijednost u formi proizvoda za krajnjeg kupca. Usljed ovog zajedničkog poduhvata, može se govoriti o performansama lanaca opskrbe u smislu višeg nivoa mjerenja u odnosu na performanse pojedinačnih poslovnih entiteta. U navedenom kontekstu, postavlja se pitanje: Koji su izazovi prilikom mjerenja performansi na nivou lanca opskrbe? Rad se fokusira na pregled dosadašnjih istraživanja u pogledu primijenjene metodologije, razvijenih okvira za mjerenje performansi i sistema za mjerenje performansi lanaca opskrbe kako bi se, adekvatno tretirajući identifikovane izazove, uočile mogućnosti za poboljšavanje učinjenih napora. Uvažavajući multidisciplinarno porijeklo upravljanja lancima opskrbe, razmatraju se različite perspektive mjerenja performansi lanaca opskrbe: operacijski menadžment, operaciona istraživanja, poslovna logistika, strateški menadžment i sl. Doprinos rada se ogleda u detaljnom opisu pristupa mjerenju performansi lanaca opskrbe kao višeg nivoa poslovnog takmičenja na tržišnoj areni i davanju prijedloga za njihovo unapređenje.

Ključne riječi: lanci opskrbe, upravljanje lancima opskrbe, mjerenje performansi

71 Mr.sc. Mensur Herić, viši asistent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

BILJEŠKE

ANALIZA ZASTUPLJENOSTI ŽENA NA MENADŽERSKIM POZICIJAMA U JAVNIM PREDUZEĆIMA U FEDERACIJI BOSNE I HERCEGOVINE

Alma Kovačević⁷²

SAŽETAK

Udio žena na tržištu rada je u stalnom porastu, počevši od druge polovine 20. stoljeća pa sve do danas. Međutim, praksa pokazuje da taj proces nije praćen porastom udjela žena na menadžerskim pozicijama i bolje plaćenim poslovima i djelatnostima. U ovom radu bit će predstavljen dio rezultata empirijskog istraživanja, koje je provedeno s ciljem identificiranja i analize položaja žena u menadžmentu javnih preduzeća u Federaciji BiH. Predmetno istraživanje je provedeno na uzorku od 100 top menadžera javnih preduzeća na području Federacije BiH u domenu energetske i telekomunikacionog sektora. U radu se polazi od opšte hipoteze da u javnim preduzećima u FBiH postoji visok stepen podzastupljenosti žena na menadžerskim pozicijama, što je, prije svega, posljedica postojanja “nevidljivih barijera” odnosno tzv. “staklenog plafona”. Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti da postoji spolna neravnopravnost u podjeli rukovodećih mjesta u javnim preduzećima u FBiH. Analiza stavova ispitanika o razlozima lošeg položaja žena kada su u pitanju menadžerske pozicije u navedenim preduzećima, bit će predmetom ovoga rada. Rad će obuhvatiti i preporuke i smjernice čijom implementacijom bi se položaj žena u menadžmentu i bosanskohercegovačkom društvu uopšte mogao poboljšati.

Ključne riječi: položaj žene u menadžmentu, “stakleni plafon”, rodna diskriminacija, javna preduzeća u FBiH

72 Mr.sc. Alma Kovačević, Ministarstvo unutrašnjih poslova TK, doktorant EFUNTZ

BILJEŠKE

ZAKONSKE OBAVEZE I DOBRE PRAKSE UPRAVLJANJA ELEKTRONSKIM PORUKAMA

Haris Hamidović⁷³

SAŽETAK

Donošenjem Zakona o elektronskom dokumentu u Federaciji Bosne i Hercegovine u julu 2013. godine ustanovljen je pravni osnov da organi uprave, organi lokalne samouprave, privredna društva, ustanove i druga pravna i fizička lica svojom slobodno izraženom voljom mogu prihvatiti upotrebu i promet elektronskog dokumenta za svoje potrebe, kao i za potrebe poslovnih odnosa i drugih odnosa sa drugima. Zakon je u potpunosti harmoniziran sa zakonodavstvom Evropske unije, kao i sa trenutno najboljom praksom u svijetu, a njegovo donošenje je usklađeno sa Direktivama Evropske unije po kojima Bosna i Hercegovina mora stvoriti sve pretpostavke za elektronski pristup informacijama i elektronsko poslovanje. Elektronske poruke su evoluirale od toga da predstavljaju važan komunikacijski alat do toga danas čine suštinsku komponentu poslovnih procesa unutar i između organizacija. Pravno određenje dokumenta (isprave) u elektronskom obliku daje mogućnost za značajnije uključivanje i ovog vida elektronskih dokumenata u poslovne procese, a posebno u sklopu dokaznog postupka koji se odvija u sudskim i upravnim stvarima.

No, treba imati na umu da nije dovoljno samo primijeniti savremenu tehnologiju, nego je potrebno napraviti i mnoge organizacijske promjene, te napraviti novi model poslovanja. Implementacija i održavanje sigurnog elektronskog poslovanja jedan je od najizazovnijih zadataka današnjice. U radu ćemo predstaviti zakonske obaveze sigurnog upravljanja elektronskim porukama, koje se koriste za potrebe poslovnih odnosa, kao i dobre prakse očuvanja njihove vjerodostojnosti, izvornosti i nepromjenjivosti tokom cjelokupnog dokumentacijskog ciklusa.

Ključne riječi: elektronski dokument, elektronske poruke, dokumentacijski ciklus, sigurno elektronsko poslovanje

73 Dr.sc. Haris Hamidović, EKI Tuzla

BILJEŠKE

ULOGA NASTAVNIKA U RAZVOJU PODUZETNIČKOG OBRAZOVANJA KROZ POTICANJE IZVANNASTAVNIH AKTIVNOSTI– SLUČAJ STUDENTSKE ORGANIZACIJE „PODUZETNICI BEZ GRANICA – EWOB“

Anamarija Delić⁷⁴

Julia Perić⁷⁵

Dominik Osmerčić⁷⁶

SAŽETAK

Poduzetništvo i inicijativnost je prihvaćeno kao jedna od osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno obrazovanje, te su se kao takve našle u obrazovnim kurikulumima zemalja članica Europske unije. Usporedno, s rastom važnosti obrazovanja za poduzetništvo, javlja se i pitanje uloge nastavnika u procesima poduzetničkog obrazovanja. Rezultati istraživanja o utjecaju poduzetničkog obrazovanja na razvoj poduzetničkih kompetencija pokazuju nužnost jače refleksije naučenih sadržaja, a koja zahtjeva i promjenu tradicionalne uloge nastavnika kao edukatora, kao i promjenu pedagogije koja se koristi u procesima poduzetničkog obrazovanja. Preporuke za razvoj nastavnika naglašavaju i nužnost jačeg povezivanja nastavnika sa „stvarnim svijetom“ – gospodarstvom i neprofitnim sektorom (Budapest Agenda). Kroz ovu preporuku se ostvaruju dva cilja, jednako važna za procese poduzetničkog obrazovanja – nova uloga nastavnika – uloga facilitatora, te refleksivna praksa za učenike i studente na principu „do-learn-think as a behavior“. Na primjeru studentske organizacije „Poduzetnici Bez Granica“, prikazat će se nova metoda podučavanja studenata – kroz izvannastavne aktivnosti usmjerene razvoju i poticanju malih i srednjih poduzeća u okruženju, te razvoj nastavnika uključenih u rad organizacije – od uloge edukatora, do uloge mentora, odnosno facilitatora.

Ključne riječi: poduzetničko obrazovanje, izvannastavne aktivnosti, studentska organizacija, mala i srednja poduzeća

74 Dr.sc. Anamarija Delić, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jura Strossmayera u Osijeku

75 Dr.sc. Julija Perić, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jura Strossmayera u Osijeku,

76 Dominik Osmerčić, Ekonomski fakultet Sveučilišta Josipa Jura Strossmayera u Osijeku

BILJEŠKE

OBRAZOVANJE O PODUZETNIŠTVU I ZA PODUZETNIŠTVO NA SVEUČILIŠTU U SPLITU: OCJENA STANJA I RAZVOJNIH MOGUĆNOSTI

Mira Krneta⁷⁷

Ivan Peronja⁷⁸

Ana Marija Alfirević⁷⁹

SAŽETAK

U radu se prvo izlažu teorijske karakteristike i razlike akademskog obrazovanja o poduzetništvu i za poduzetništvo, kao i najvažnija svjetska iskustva u navedenom području. U empirijskom se dijelu rada analiziraju akademski programi sastavnica Sveučilišta u Splitu i utvrđuje stanje akademskog obrazovanja o poduzetništvu i za poduzetništvo. Na temelju longitudinalne ankete studenata završnih godina na Sveučilištu u Splitu, iznosi se ocjena uspješnosti poduzetničkog obrazovanja i donose preporuke za njegovo unapređenje i postizanje veće razine utjecaja na regionalni gospodarski razvoj.

Ključne riječi: poduzetništvo, akademsko obrazovanje, uspješnost poduzetničkog obrazovanja

77 Dr.sc. Mira Krneta, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu,

78 Ivan Peronja, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu,

79 Ana Marija Alfirević, uni.spec.oec., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

BILJEŠKE

STAVOVI POSLODAVACA O PROBLEMU NEZAPOSLENOSTI MLADIH U BOSNI I HERCEGOVINI

Admir Čavalić⁸⁰

SAŽETAK

Jedan od najvećih problema mladih u BiH jeste nezaposlenost. Statistički podaci ukazuju na to da je stopa nezaposlenosti mladih u većini zemalja, bez obzira da li je riječ o zemljama u tranziciji, zemljama u razvoju ili ekonomski razvijenim zemljama, znatno veća od stope ukupne nezaposlenosti. Ovo je naročito izraženo u BiH. Kako se navodi u Redovnom ekonomskom izvještaju za jugoistočnu Evropu zemalja SEE6, nezaposlenost među mladima u BiH najviša je u regiji i iznosi visokih 57,9%. Federalni zavod za zapošljavanje u zadnjim izvještajima koristi informaciju da su od ukupnog broja nezaposlenih u Federaciji BiH trećina mladi dobi do 30 godina. U radu se daje prikaz obilježja problema nezaposlenosti mladih u BiH, te navode rezultati aktuelnih istraživanja relevantnih za ovu oblast. Ključnu ulogu u rješavanju problema nezaposlenosti mladih u BiH imaju poslodavci, odnosno predstavnici preduzeća zaduženi za otvaranje novih radnih mjesta i proces zapošljavanja. Shodno tome, ispitivanjem stavova poslodavaca o problemu nezaposlenosti mladih, nastoje se utvrditi percipirani uzroci nezaposlenosti mladih u BiH, kao i odnos poslodavaca spram mladih. Rezultati sprovedenog istraživanja, na uzorku od 200 preduzeća, pokazuju da ispitanici percipiraju nezaposlenost kao najveći ekonomski problem u BiH, te smatraju kako je korupcija značajan uzrok problema nezaposlenosti mladih. Rezultati istraživanja također pokazuju kako ispitanici ne smatraju mlade odgovornim za situaciju u kojoj se nalaze. Nezaposlenost se percipira kao direktan rezultat ekonomske situacije u državi, dok se državna regulacija poslovanja i visoko fiskalno opterećenje navode kao glavne barijere za zapošljavanje mladih osoba.

Ključne riječi: nezaposlenost, nezaposlenost mladih, poduzetništvo, poslodavci

80 Admir Čavalić, dipl.oec, asisitent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

BILJEŠKE

EFIKASNOST UPRAVLJANJA RIZICIMA U RUDNICIMA UGLJA FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE: DESKRIPTIVNA ANALIZA

Safet Kozarević¹

Adil Kurtić²

Emira Kozarević³

SAŽETAK

Savremeno poslovno okruženje i sve veća izloženost širokom spektrumu rizika nameću potrebu da velika preduzeća pitanje upravljanja rizicima (rizik menadžment) počnu da posmatraju kao posebnu poslovnu funkciju, funkciju kojoj treba posvetiti dužnu pažnju i za koju treba tražiti odgovarajuća rješenja unutar organizacijske strukture preduzeća. Ovo posebno dolazi do izražaja u industriji uglja u kojoj je izloženost rizicima toliko prisutna da je pitanje upravljanja rizicima jedno od ključnih područja poslovnog upravljanja. Stoga se u ovom radu posmatraju preduzeća iz oblasti industrije uglja Federacije BiH u kojima menadžment mora veliku pažnju posvetiti zaštiti od rizika koji su u ovoj djelatnosti prisutni u daleko većoj mjeri nego kod drugih djelatnosti, posebno kada je riječ o čistim rizicima. Ako tome dodamo i tzv. emerging rizike, odnosno rizike koji su „u razvoju” i koji su još nedovoljno poznati i ekspertima koji se bave upravljanjem rizicima, jasno je da menadžment velikih preduzeća mora voditi računa o razvijanju opće kulture upravljanja rizicima u svojim preduzećima i tražiti adekvatna organizacijska rješenja.

Na osnovu obimnijeg empirijskog istraživanja, u radu se prezentiraju rezultati deskriptivne analize na osnovu koje je utvrđen stepen efikasnosti upravljanja rizicima i identifikovani nedostaci čijim otklanjanjem se ovaj proces može značajno unaprijediti i povećati nivo ekonomske zaštite ovih preduzeća.

Ključne riječi: rizici, upravljanje rizicima, rudnici uglja, ekonomski aspekt

1 Dr. sc. Safet Kozarević, vanredni profesor, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

2 Dr. sc. Adil Kurtić, redovni profesor, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

3 Dr.sc. Emira Kozarević, vanredni profesor, Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli

BILJEŠKE

