



Sažetci

Drago Čengić

MENADŽERSKA ELITA I MODERNIZACIJA:
NEKA TEMELJNA PITANJA

Razgovor o menadžerskoj (menadžersko-poduzetničkoj) eliti duboko je usidren u probleme modernoga razvoja, postsocijalističke modernizacije, ali i moguće šire rasprave o reprodukciji odnosno cirkulaciji postsocijalističkih društvenih elita i njihovim razvojnim potencijalima. On “zazivlje” i povratak u sociološku tradiciju (jer elite imaju u njoj svakako posebno mjesto), ali tiče se i sadašnjih socioloških istraživanja postsocijalističke stvarnosti. Autor je u ovome radu pokušao na pregledan način identificirati ključne teorijske i empirijske pristupe u istraživanjima menadžerske elite od početka devedesetih godina prošloga stoljeća do danas. nakon toga odredio je i temeljne elemente istraživačkoga pristupa istraživanju hrvatske menadžersko-poduzetničke elite u ovoj knjizi.

Taj je pristup obilježen razvojem koncepta modernizacijskog potencijala menadžersko-poduzetničke elite i pokušajem da se on operacionalno, istraživački opiše i ispita na raspoloživom empirijskom materijalu. Modernizacijski potencijal menadžerske elite jest posve osobit sinergijski proizvod, proizvod interakcije između osobne kakvoće menadžera i organizacijskih obilježja poduzeća, koja poduzecima omogućuju kontinuirani rast proizvodnje/dobiti i zapošljavanje nove radne snage, sve veće osvajanje tržišta te određeni utjecaj poduzeća na njegovu okolicu – širenjem određenih tipova racionalnosti i modernizacije i iskazivanjem brige za druge su/dionike zajednice.

Analitički gledano, *ukupni modernizacijski potencijal menadžera/poduzetnika čini nekoliko* komponenti: a) formalna razina obrazovanja i ulaganje u osobne stručne kompetencije ili *osobni kulturni kapital menadžera*, b) ostvarena razina dobiti u zadnje tri godine i broj novozaposlenih radnika ili *ostvareni ekonomski rast poduzeća*, c) realno ostvariva razina dobiti i očekivani broj novih radnih mjesta u iduće tri godine ili *mogući potencijal rasta poduzeća*, d) ostvareni pro-

met na inozemnom tržištu ili *postignuta razina međunarodne razmjene*, i, e) postojeća praksa socijalne odgovornosti poduzeća i sudjelovanja članova uprave u lokalnim/nacionalnim projektima učinkovitijeg funkcioniranja ekonomskih i/ili društvenih institucija ili *društvena obzirnost poduzeća*. U idealnom smislu, svako pojedino poduzeće čiji menadžment ima visoki osobni kulturni kapital, a poduzeće ostvarene relativno visoke stope rasta, visoke stope mogućeg rasta u skoroj budućnosti, visoki potencijal izvoza, te čiji menadžment pokazuje i određenu društvenu obzirnost prema drugim (su)dionicima zajednice, predstavlja dobar primjer visokoga ukupnog modernizacijskog potencijala menadžera koji njime rukovode.

Na kraju rada navedene su temeljne i specifične hipoteze koje će se u daljnjoj analizi provjeravati na empirijsko-materijalu.

Drago Čengić MENADŽERI I VLASNICI: MODERNIZACIJSKI POTENCIJAL, VLASNIČKI STATUS I STRATEGIJE RASTA PODUZEĆA

Autor je u ovome radu pokušao opisati istraživani uzorak menadžera i poduzetnika sa stajališta temeljnih varijabli koncepta “modernizacijskoga potencijala” te kroz njega ispitati moguće razlike između menadžera i vlasnika – menadžera u pogledu ostvarenoga i poželjnoga rasta poduzeća, odnosno mogućih strategija rasta poduzeća u skoroj budućnosti! Pri tome se pošlo od pretpostavke da nema značajnijih razlika između profesionalnih menadžera i vlasnika-menadžera s obzirom na njihove ključne osobne i organizacijske karakteristike kao što su tip profesionalne karijere, osobni kulturni kapital, socijalno podrijetlo, ostvareni i poželjni rast poduzeća.

Provedena analiza upozorava da je novonastajuća menadžersko-poduzetnička elita jedna konglomeratska skupina, nastala iz različitih socio-profesionalnih slojeva i s različitim tipovima karijere te akumuliranoga kulturnog kapitala. Ova je skupina još uvijek u nastajanju i vrijeme će vrlo brzo pokazati je li on doista nova hrvatska ekonomska elita, sposobna dalje upravljati procesima ekonomske i društvene modernizacije, ili će uskoro potpasti pod ekonomsko skrbništvo inozemnoga kapitala i pretvoriti se u jednu od rentijerskih elita perifernoga društva. Ova je elita za sada proizvod domaćega tržišta, a njeno je sudjelovanje u međunarodnoj podjeli rada i tržišta vrlo maleno, gotovo zanemarivo. Od svih dimenzija modernizacijskoga potencijala, ova je dimenzija (uz upitnu razinu ostvarenoga eko-

nomskoga rasta) možda najslabija točka modernizacijskoga potencijala novonastajuće ekonomske elite.

Raspoloživi podatci ne otkrivaju neke značajnije razlike između menadžera i vlasnika poduzeća s obzirom na ostvareni ekonomski rast poduzeća i poželjan rast poduzeća u skoroj budućnosti. Štoviše, pokazalo se da obrazovanje ispitanika ne utječe značajno na faktorsku strukturu varijabla modernizacije, ali da donekle utječe na faktorsku strukturu varijabla strategija rasta poduzeća. Zatim, čini se da ne/vlasnički status nema većega utjecaja na dobivene faktorske strukture modernizacije i strategija rasta poduzeća, osim kod strategije “zapošljavanja novih i sposobnih menadžera i stručnjaka”. U ovome slučaju, menadžeri se u većoj mjeri no vlasnici – menadžeri zalažu za ovu strategiju rasta poduzeća.

U cjelini gledano, raspoloživi empirijski podatci potvrđuju da su potrebna nova istraživanja hrvatske menadžersko-poduzetničke elite, koja bi i teorijski ali i empirijski produbila korišteni koncept modernizacijskoga potencijala i posebno, ostvarenoga ekonomskoga rasta poduzeća. Ta bi istraživanja mogla dati konačni odgovor i na pitanja koja smo ovdje samo dotakli, ali koja proizlaze također iz ovoga rada. To su ova pitanja: a) koje dimenzije modernizacijskog potencijala sadašnje menadžersko-poduzetničke elite odlučujuće određuju neuspješne odnosno uspješne strategije rasta, b) koji dijelovi ove elite proizvode jači ekonomski rast i iskazuju modernizacijski poželjniju društvenu obzirnost poduzeća prema zajednici, i c) kako definirati a onda i mjeriti stvarne i poželjne društvene učinke rasta poduzeća s obzirom na očekivanja uže i šire društvene zajednice?

Saša Poljanec-Borić

**MENADŽERSKO-PODUZETNIČKA KONKURENTNOST U
TRANZICIJSKIM DIJELOVIMA GLOBALNE EKONOMIJE: TEORIJSKI
OKVIR I EMPIRIJSKI UVID**

Rad raspravlja o tranzicijskom poduzetništvu, u perspektivi globalne konkurentnosti. Pritom se globalizacija određuje kao ekonomski neutralan fenomen “umreženog društva” koji je, istovremeno, kulturno i konkurentski asimetričan. U tim uvjetima, ona determinira nove političke okvire konkurentne borbe. S tim u vezi se tranzicijski “status” Istočne Europe dovodi u vezu s konkurentskom borbom Europske Unije, za ekonomsku premoć i politički prestiž na globalnom tržištu i u međunarodnim institucijama. Prikaz dijela rezultata empirijskog istraživanja stavova hrvatskih poduzetnika donosi se radi bolje uvida u ne-

ke probleme vezane za razvoj konkurentnosti privatnog sektora u Hrvatskoj. Ukazuje se na neke društvene implikacije pojedinih poslovnih politika u privatnom sektoru. Zaključno se preporuča jača sinergija između djelovanja države kao regulatora i privatnog sektora kao promotora tržišta.

Goran Milas

STILOVI VODSTVA HRVATSKIH MENADŽERA: TIPOLOŠKI PRISTUP

Rad se bavi segmentacijom čelnih menadžera hrvatskih tvrtki na temelju podataka o njihovom stilu vodstva i upravljanja, osobnim obilježjima i organizacijskom kontekstu – karakteristikama tvrtke. Istraživačka građa prikupljena je anketom u kojoj su sudjelovala 433 čelna menadžera i menadžerice iz probabilističkog uzorka hrvatskih tvrtki. Podatci su obrađeni u dva koraka, prvo je na cjelovitom skupu varijabli provedena analiza glavnih komponenata, a potom su faktorski bodovi uključeni u dvostupanjsku klaster analizu.

Analiza je pokazala kako se hrvatska menadžerska elita daje segmentirati u pet smislenih klastera koji tvrtkama upravljaju služeći se različitim stilovima vodstva. Klasteri su imenovani kao: *Nezainteresirani laissez-faire*, *Strateško upravljanje*, *Impersonalni stil*, *Organizacijska kontrola* i *Vođeni profitom*. U analizi kontekstualnih odrednica pokazalo se da stilovi vodstva nisu situacijski neovisni, ali i da vjerojatno oba ova čimbenika (stilovi vodstva i organizacijski kontekst) kontingencijski utječu na poslovanje tvrtke. Rezultati sugeriraju da stilovi koji u sebi utjelovljuju organiziranost i sustavnost mogu pridonijeti uspješnom poslovanju ako je organizacijski kontekst povoljan, dok je stihijnost u upravljačkom pristupu redovito korelirana sa slabim poslovanjem.

Tomislav Smerić

MENADŽERSKO-PODUZETNIČKA ELITA – ZADOVOLJSTVO POSLOM I PROCJENE VAŽNOSTI ASPEKATA POSLA

Istraživanjem na uzorku od 433 pripadnika menadžersko-poduzetničke elite, provedenim tijekom 2004. godine, utvrđeno je da oni iskazuju razmjerno visok stupanj zadovoljstva poslom, pri čemu su iznesene procjene nešto pozitivnije u odnosu na one “opće” populacije zaposlenih u Hrvatskoj. Unutar grupacije menadžersko-poduzetničke elite poslom su zadovoljniji mlađi i obrazovaniji ispitanici, oni koji obnašaju više funkcije u poduzećima, zaposleni u

tvrtkama tipa d.o.o (u odnosu na zaposlene u tvrtkama tipa d.d.) te oni zaposleni u uspješnijim poduzećima.

Procjene važnosti pojedinih aspekata posla pokazuju da ispitanici kao najvažnije prosuđuju intrinzične radne vrijednosti (poput npr. interesantnog posla u kojem čovjek osjeća da može nešto postići), dok su kao manje važne ocijenjeni neki od ekstrinzičnih aspekata posla (poput npr. mogućnosti korištenja slobodnog vremena za vikende i praznike). Utvrđeno je da su procjene važnosti pojedinih aspekata posla povezane s nekim od sociodemografskih obilježja ispitanika, njihovim statusom u karijeri/poduzeću te obilježjima/tipom poduzeća u kojem su zaposleni.

Analiza latentne strukture procjena važnosti pojedinih aspekata posla izlučila je tri faktora, označena kao *osobni razvoj* i *komfor* i *materijalna uvjetovanost*, utvrđena i u ranije provedenim istraživanjima na općoj populaciji (zaposlenih) u Hrvatskoj te latentnu dimenziju *prilika za napredovanje uz preuzimanje inicijative* – specifičnu za menadžersko-poduzetničku grupaciju. Razmatranje povezanosti procjena zadovoljstva poslom s ocjenama važnosti pojedinih aspekata posla pokazalo je da su više ocjene stupnja zadovoljstva poslom povezane s isticanjem važnosti mogućnosti ostvarenja postignuća, susreta s ljudima i odgovornosti posla te posla koji nudi priliku za preuzimanje inicijative, dok je u odnosu na utvrđenu faktorsku strukturu važnosti pojedinih aspekata posla konstatirana povezanost stupnja zadovoljstva poslom s faktorom označenim kao *osobni razvoj*.

Vojmir Franičević

**PODUZETNIŠTVO I EKONOMSKI RAST U HRVATSKOM
POSTSOCIJALISTIČKOM KONTEKSTU**

U radu se raspravlja veza poduzetništva i ekonomskog rasta u hrvatskom postsocijalističkom kontekstu. Uz analizu činilaca koji utječu na razinu poduzetništva – kako na ponudu tako i na strukturu poticaja i prigoda, posebnu se pažnju pridaje trima ključnim “kanalima” kojima poduzetništvo utječe na rast: dinamici ulaza i osnivanja novih poduzeća; inovativnosti i konkurenciji.

Premda su pomnija istraživanja svih raspravljanih aspekata zasigurno nužna, snažne su indikacije da je: (i.) razina i gustoća poduzetništva u Hrvatskoj niža od moguće; (ii.) da su prisutni neki nepovoljni trendovi na strani ponude poduzetništva u Hrvatskoj (demografski, ljudskog i društvenog kapitala), ali i na strani potražnje kojom dominiraju tehnološko zaostajanje i niska vjerodostojnost institucija; (iii.) da je doprinos poduzetništva inovativnosti i

konkurenciji još uvijek nedovoljan a da bi Hrvatska ekonomija pouzdano dohvatila stazu visokog i održivog ekonomskog rasta; (iv.) da je doprinos poduzetništva rastu pod utjecajem “pravila igre” koja negativno utječu na alokaciju poduzetničkih napora. I deficiti na strani ponude, ali i kvalitete poduzetničkih napora i aktivnosti izvorom su značajnih izazova za politike kojima je cilj ohrabriti poduzetništvo, inovacije i snažnu konkurenciju, dakle stvoriti okruženje u kojem će doprinos poduzetništva ekonomskom rastu biti još značajniji nego li je to bio u dosadašnjem toku tranzicije hrvatske ekonomije. Iako se izgradnja ohrabrujućeg i vjerodostojnog okruženja pokazuje najvažnijim ciljem politike, izražene su dvojbe koje se tiču i moguće selektivnosti i diferenciranosti politika. Osobito se, u postsocijalističkom kontekstu, problematičnom može pokazati njihova politička ekonomija.

Gordan Družić

EKONOMSKA POLITIKA I RAZVOJNI POTENCIJAL HRVATSKOGA PODUZETNIŠTVA

Ovaj rad počiva na pretpostavci da postoji pozitivna veza između određenog tipa ekonomske politike i razvojnog potencijala hrvatskoga poduzetništva. Ta se pretpostavka na idućim stranicama “dokazuje” temeljem novijih statističkih i ekonomskih podataka, kao i temeljem nekih prethodnih autorovih radova.

U prva dva dijela ovog rada težište je na analizi rezultata hrvatskoga gospodarstva u razdoblju 1990–2003. i utvrđivanju osnovnih uzroka negativnih tendencija. Posebna pažnja, u trećem dijelu rada, posvećena je ekonomskoj politici, kao ključnom faktoru koji je odredio rezultate u hrvatskom gospodarstvu i njezinom utjecaju na sektor poduzeća i to s aspekta: razvoja poduzetništva (četvrti dio) i izmjene strukture hrvatskog gospodarstva (peti dio). U šestom dijelu pokušalo se i odgovoriti na pitanje – “tko su hrvatske ‘gazelle’?”, odnosno najuspješnija hrvatska poduzeća. U sedmom dijelu rada naglašava se nužnost zaokreta u ekonomskoj politici iz prorecesijske u razvojnu, ukazuje na teorijsku neutemeljenost dosadašnje ekonomske politike, te daju programska polazišta i ciljevi ekonomske politike. Iza toga slijede osnovni zaključci rada.