

САВРЕМЕНА ЉУДСКА ДЕЛАТНОСТ (ГЛОБАЛИЗАЦИЈА, МЕНАџМЕНТ И МЕНАѢЕР)

М. М. Дробац¹

Абстракт: Аутор у раду сагледава неколико значајних елемената савремене људске делатности стављајући акценат на *промене* у глобалном друштву, култури и економији, које својом турбулентношћу узрокују драматичан тренд раста међународне размене, нпр. у трговини, култури, људима, идејама и сл. Претходно указује да је у фокусу интересовања процес *глобализације* с аспекта присуства тоталитаристичких тенденција економски супериорних земаља (појединачно или мањих група) и консеквенција таквог понашања на међународне односе.

Посебно место у анализи наведеног друштвеног феномена припада „осветљавању“ економске суштине и значаја термилошких одредница *менаџмент* и *менаѢер* и њиховом месту и улози у савременом људском деловању.

Кључне речи: глобализација, менаџмент, менаџмент у агробизнису, менаѢер, менаѢерски тим, нове технологије.

Увод

Почетак XXI века карактеришу интензивни процеси који се манифестују кроз хетерогене промене и изазове у свим сферама живота, нарочито економије, показујући све своје предности и недостатке, вредности, глобално тржиште, иницијативе и тенденције. Дакле, актуелни тренутак у светским размерама чини особеним, поред осталог, процес *глобализације*. Овај универзални процес (обликовање глобалне политике, економије и друштвеног живота планете) има велики потенцијал, али и наглашене контроверзе, тим пре што се процес глобализације интензивно намеће

¹ Др Милорад М. Дробац, доцент, Факултет за правне и пословне студије, Нови Сад

људима, народима и државама једнострано, према моделу западне цивилизацијске парадигме (S. Stojanović, 2005.: 23).

Управљање (менаџмент) је феномен чији корени досежу у праскзорје цивилизације. У актуелном тренутку овом феномену припада једно од централних места у знатижељи и потреби човека. Нарочито интересовање и потреба за менаџментом је присутна неколико последњих десетина година, када постаје универзално средство и обавезан алат пословних људи на целој планети. Важност менаџмента је узрочно повезана са актуелним турбуленцијама у свету (друштвене, политичке, економске), повећањем комплексности и специфичности рада и као концепт, постаје битан за све организације у условима све динамичнијих промена.

1. О глобализацији и „глобалном селу“

Незамисливо је користити термин *глобализација*, а не поменути врло актуелну сложеницу „стварање глобалног села“, која подразумева приближавање најудаљенијих дестинација света и потенцијално остваривање парадигме о већем протоку и размени идеја, информација, људи, добара, новца, технологија и др.

Ретки су данас примери људске делатности (профитне и непрофитне) у којима се не препознају елементи иностраности и глобализације (разне робе, услуге, трансфери, уметност и култура са својим производима, спорт, наука итд.). Дакле, данашњи човек егзистира у условима глобалног тржишта и конкуренције, што указује на чињеницу да су на нивоу „глобалног села“ доминантна и правила (мерила) глобалног тржишта и светске конкуренције.

Имајући у виду укратко наведене особености савременог тренутка у глобалној економији и међународним односима, немогуће је занемарити аспект менаџмента и дефинисања феномена глобализације. У томе контексту, Dž. Stoner (Dž. Stoner), E. Friman (E. Friman), и D. Džilbert (D. Gilbert) док су чинили анализу кретања у „глобалном селу“ закључују и формулишу дефиницију појма *глобализација*, као сазнање да организација и послови у организацији треба да имају међународну, а не локалну перспективу (Dž. Stoner i dr., 2002: 112).

Наведена дефиниција индиректно указује на битне карактеристике и суштину глобализације, наглашавајући интензитет и фреквентност роба, људи, капитала и информација у међународним односима и све веће повратно дејство тих „кретања“ на домицилне организације и институције, преко делатности које обављају. Повратно деловање спољних фактора на домицилне субјекте разних делатности (привреда, непрофитне делатности и

сл.) нарочито је уочљиво код носилаца производње и услуга који су битно зависни од нових технологија (фармацеутска, рачунарска, аутомобилска индустрија, телекомуникације, итд.), што не искључује утицај глобализације и на тзв. традиционалне прерађивачке секторе, где се истичу нарочито прехранбена индустрија, индустрија текстила и обуће, итд.

Место и успешност привредних субјеката и институција поједине земље у условима глобализације најбоље се манифестује ако су наведени субјекти респектабилни и просперитетни у светским размерама, према индикаторима глобалне светске конкуренције. Није довољно бити међу најбољим субјектима на домицилном тржишту. То је само један од фактора за стратегијско разматрање и сагледавање расположивих потенцијала и усвајање пословне стратегије за плански и организован „напад“ на страна тржишта. Међутим, глобализацију, као доминантан друштвени феномен данашњице, треба схватити и као носиоца изузетно негативних појава, нпр. у политици, економији, култури, науци, спорту и сл., у крајњем, у свим сферама људске активности и ако је у функцији једне или неколико најразвијенијих земаља света, као што је случај данас, када је у функцији САД кроз остваривање парадигме о „новом светском поретку“. У процесу успостављања глобалног поретка све очигледније је присуство тоталитаристичких тенденција великих сила (нарочито САД) које се манифестују преко *принципа ексклузивности, снаге капитала и употребе војне силе*. Присуство ових и осталих фактора представља изазов и погодну основу за све оно што кореспондира глобалном ризику и претњама у свим сферама личне и колективне егзистенције човека.

Ипак, посматрајући процесе глобализације са аспекта менаџмента предузећа, организације, компаније, институције или неке друге асоцијације, намеће се закључак да је глобализација „сознање“ о немогућности лимитирања пословања различитих профитних или непрофитних субјеката на тржишту које је омеђено националним границама, тј. да има локалну перспективу, него да је природно усмерено на међународно тржиште и глобалну конкуренцију. У суштини,

сагледавајући меру позитивних и негативних ефеката глобализације, може се констатовати да превлађују позитивни ефекти.

2. О менаџменту и менаџерима

Схватање суштине менаџмента је вероватно најтежи почетни проблем у изучавању ове тематике. У изворном облику, термин „*менаџмент*“ (енгл. management) значи: 1. екон. дисциплина која проучава начине рационалног организовања и управљања производњом, радним процесима, људским

способностима и сл. 2. процес и начин вођења и организовања предузећа, установе итд. 3. руководство, скуп људи који имају управљачке дужности у предузећу, установи итд. (И. Клајн, М. Шипка, 2006: 751).

Више значајних теоретичара, у овој области, покушало је дати своју генерализацију менаџмента. Поред осталих, Isak Adizes (Ichak Adizes) је бавећи се морфологијом појединих термина закључио да је менаџмент израз енлеског корена (енгл. manage – управљати) и да у томе значењу има у нашем језику синониме, нпр. управљати, располагати, руководити, одлучивати, регулисати, контролисати, мотивисати, владати, доминирати, планирати и сл.

Опредељујући се између много различитих дефиниција можемо сасвим коректно изразити суштину менаџмента тврдећи да је то мисаона (свесна) проактивна управљачка делатност човека у различитим субјектима (организације, институције) домицилног или међународног значаја, која се реализује кроз процесе (фазе) планирања, организовања, вођења и контроле расположивих ресурса (људски, материјални) ради реализације постављених циљева организације.

Извориште појма менаџмента треба тражити у научним дисциплинама као што су, нпр. теорија система, кибернетика, организација рада, социјологија, филозофија, технологија и остале дисциплине које се базично интересују за вештине свесног (мисаоног) понашања и деловања човека од основне ћелије друштва (породица) до најкомплекснијих система организовања и деловања интерног и екстерног карактера и значаја. Прихватање менаџмента као науке почиње у првим годинама XX века, као новог концепта научног управљања. Основу овог концепта управљања поставио је F. Tejlor (Taylor, F. W.) називајући је „принципи научног управљања“ (F. Taylor, 1967: 11).

Од настанка до данас, наука о менаџменту је прошла пут развоја од рудиментарних почетака преко класичног, иновативног, стратегијског, предузетничког до људски оријентисаног менаџмента као најновије парадигме (теорије) о менаџменту (J. Воšković, 2008: 8).

Посебно место и значај у науци и пракси има менаџмент у агробизнису, тј. управљање ресурсима у организацијама у сектору пољопривреде, имајући у виду и примарну аграрну производњу и прерађивачку производњу, која базира на сировинама из аграра. Наиме, особености продукције и потрошње производа пољопривредног порекла (агро-прехранбени производи) одређују оквире и специфичности менаџмента у агробизнису. У пољопривредној производњи се не одвијају само процеси рада, трансформације материјала и енергије, већ и процеси биолошке синтезе, који изискују посебну пажњу агроменаџера. Управљање ресурсима у

пољопривредним организацијама је далеко сложеније него у другим привредним организацијама. Сложеност проблематике управљања везује се, управо, за одређене специфичности појединих фактора производње, као што су земљиште, сточни фонд, дугогодишњи засади, генетски и људски ресурси (М. Vujičić, 2001: 42).

У савременом тржишном окружењу, управљање ресурсима организација у агробизнису не сме се препустити стихији. Менаџмент у области агробизниса има наглашену улогу и место, како на *микро* нивоу (посед, газдинство, фарма, пољопривредна организација, задруга), тако и на *макро* нивоу (до нивоа државе).

Актуелни тренутак живота, рада и понашања цивилизације, поред осталих особености, карактереше „глад“ за новим технологијама, начин живљења је потпуно различит од оног од пре 20 -30 година, схватање, манифестација и облици савремене тржишне (и сваке друге!) конкуренције су потпуно нови. Наведене карактеристике указују на неопходност и захтевају потпуно нови профил менаџмента.

Савремени *менаџери* (лидери) на светском тржишту се сучелавају са великим бројем комплексних изазова, које морају елиминисати, како би остварили циљеве организација (предузећа, компанија) и институција на чијем се челу налазе. Овим проблемом су се бавили Gregori Dž. Des (Gregory G. Dess), Dž. T. (Tom) Lampkin (G. T. Lumpkin) и Alen B. Ajsner (Alan B. Eisner) закључујући да су заслуге за успешност (или неуспешност) организације на тржишту у директној зависности од „погледа“ на лидерство: „романтичарски“ поглед и поглед „екстерне контроле“ (G. G. Dess i dr., 2007: 7). У „романтичарском“ погледу на лидерство, подразумева се да је менаџер најбитнији услов успеха или неуспеха појединачне организације, док у другом случају уместо имплицитних претпоставки да је лидер најважнији фактор који утиче на крајњи успех организације, пажња је усмерена на спољне факторе који могу позитивно или негативно да утичу на успех неке организације, тј. фирме (G. G. Dess i dr., 2007: 8).

Ови „погледи“ нису потпуно исправни, као приступ, али су неопходни и морају се императивно уважавати у изучавању стратегијског менаџмента. Ипак, премиса је да менаџери заиста имају важну улогу, с тим, да је њихова перманентна обавеза да увек искористе повољне прилике, да буду стално спремни да се суоче са опасностима у екстерном окружењу и да изузетно познају потенцијале (ресурсе и капацитете) своје организације.

Менаџери су лица која су најодговорнија за усмеравање свих активности неке организације и институције у смеру оптималног остваривања циљева наведених профитних и непрофитних субјеката. Њихово приоритетно задужење није само постављање дугорочних стратегија и очекивање да ће се

оне успешно остварити, већ реализовање, нарочито, *планирања, организовања, вођења и контроле*, имајући у виду мноштво изазова и изванредних прилика које егзистирају на глобалном тржишту. Дакле, они не могу себи дозволити да се баве тзв. „инкременталним (постепено дозираним) менаџментом“, који подразумева да је посао менаџера скуп малих промена ради поправљања ефикасности пословања фирме (Е. М. Porter, 1996: 61-78), него морају ићи још даље, више и боље.

Квалитетан менаџер је човек који своју успешност у послу темељи на расположивим знањима (и искуству), вештинама и способностима да има што више информација о средини организације (предузећа, компаније), које му омогућавају да се успешно "носи" са променама у конкретној средини. Менаџерски послови су: комуникација, планирање, одлучивање, управљање људима, организација, контрола послова, познавање финансија, познавање своје области или професије. Просечан менаџер је далеко од побројаних и неопходних квалификатива (R. Oldcorn, 1990: 24).

У актуелном тренутку, већи број значајних аутора у својим истраживањима препознаје и конкретизује лимите менаџера појединаца, указујући на немогућност да један човек успешно обавља истовремено функције њих неколико (произвођача, предузетника, управљача) и предлажу формирање „менаџерског тима“, који ће менаџерску функцију извршавати квалитетно (I. Adizes, 1989: 23). Поред тога, они дају сугестију да „тимови“ буду екипирани од стручњака различитих профила, који су спремни да брзо уче, имају довољно маште и креације и да перманентно стреме ка иновацијама и „новим стварима“ (P. F. Drucker, 1991: 192).

Прихватајући наведене ставове, R. Oldcorn (R. Oldcorn) и Dž. A. Jung (J. A. Joung) сматрају да менаџери у условима све већих „турбулентности и комплексности средине“ морају имати наглашене лидерске карактеристике и предузетнички дух, тј. „профил“ и особине дипломате, убедљивог и квалитетног преговарача, увек спремног за консензус, да је човек с визијом, стратешки планер, координатор и да доноси правовремене и квалитетне одлуке. У прилог овим гледиштима су и тврдње да је у претходних 30 – 40 година било много више менаџера него лидера и лидерства (H. G. Naas, 1992: 55-56), тј. било је више оних који су се бавили интерним проблемима организације (фирме, компаније) него екстерним активностима и стратешким планирањем.

Дакле, уместо да своју улогу схватају као улогу чувара непроменљивог стања, данашњи менаџери (лидери) морају да буду *проактивни*, да предвиђају промене, да се непрекидно усавршавају и, кад је то потребно, у својим стратегијама направе драматичне промене. Стратегијски менаџмент једне организације мора бити истовремено и процес и начин размишљања у целој организацији (G. G. Dess i dr., 2007: 8-9).

Закључак

У раду је изведена кратка анализа неколико битних појмова, тј. елемената (глобализација, менаџмент и менаџер), који обележавају и незаобилазни су при сагледавању савременог људског деловања.

Иако глобализација подразумева много шире аспекте друштва, у жижи нашег интересовања је економски аспект овог феномена, односно њено деловање на либерализацију трговине. Глобализација у менаџменту представља маркетиншки термин јер указује на „раст и ширење међународног тржишта добара“, нпр. хране, аутомобила, средстава за хигијену и сл.

У периоду након завршетка Другог светског рата, ефекти глобализације су видљиви, нарочито у изузетном развоју трговине. Међутим, већ од 1970-тих година човечанство почиње, све интензивније, да осећа упозоравајуће и негативне ефекте глобализације. Негативан тренд у светској (глобалној) економији кулминирао је првих година XXI века, узрокован пре свега, *супремативним* и *тоталитаристичким* понашањем најмоћније економске силе на свету (САД) и мање групе осталих високоразвијених земаља (В. Британија, СР Немачка, Јапан, Шпанија и др.). Последице су катастрофалне, а економска рецесија, која је почела у САД (октобар 2008.г.), узима „харач“ целом свету.

Менаџмент је модерна наука која се, за кратко време, доказала у пракси и према тврдњама највећих ауторитета у овој области, представља „науку друге половине двадесетог века“. Извориште значаја менаџмента је круцијална важност управљања и руковођења (микро и макро ниво) за целокупни привредни развој било које земље. Резултати имплементације ове науке, која обухвата читав низ области и дисциплина, у савременој пракси су немерљиви. Практичну примену менаџмента остварују менаџери различитих нивоа (оперативни, тактички и стратегијски).

Значај менаџера расте из дана у дан, сходно расту претњи и изазова из ближег и даљег окружења. Све наглашеније турбуленције, комплексност и особености рада од организације до нивоа „глобалног села“ захтевају способне и успешне менаџере, који то не могу постати „преко ноћи“, већ перманентним образовањем и усавршавањем. У актуелном тренутку, неспорна је тврдња да је менаџерски „еснаф“ *елита*, која је стратегијски ослонац најразвијенијих земаља у свету. Место и улога менаџера, у нашој земљи, били су мање вредновани, али у савременим условима они добијају све више у значају.

Литература

1. Adizes, I. (1989.), *Kako riješiti krizu upravljanja*, prevod s engleskog jezika, Globus, Zagreb.
2. Bošković J. (2008.), *Strategijski menadžment*, Pobjeda, Podgorica.
3. Vujičić, M. (2001.), *Ekonomika poljoprivrede*, Ekonomski fakultet, Kragujevac.
4. Dess, G. G., Lumpkin, T. G. i Eisner, B. A. (2007.), *Strategijski menadžment: teorija i slučajevi*, Treće izdanje, Data status, Beograd.
5. Drucker, F. P.(1991.), *Inovacije i preduzetništvo*, prevod s engleskog jezika, Privredni pregled, Beograd.
6. Клајн, И. и Шипка, М. (2006.), *Велики речник страних речи и израза*, Прометеј, Нови Сад.
7. Oldcorn, R. (1990.), *Menadžment*, prevod s engleskog jezika, Svijetlost, Sarajevo.
8. Porter, M. E. (1996.), *What is strategy?* Harvard Business Review 74(6).
9. Stojanović, S. (2005.), *Bezbednost i izazovi globalizacije*, časopis „Vojno delo“, Beograd, godina 57., broj 1, str. 23-42.
10. Stoner, G., Friman, E. i Gilbert, D. (2002.), *Menadžment*, Zelind, Beograd.
11. Taylor, F. W. (1967.), *Naučno upravljanje*, Rad, Beograd.
12. Haas, G. H. i Tamarkin, B.(1992.), *Leader Within*, Harper Colins, New York.

Примљено: 14.01.2009.

Одобрено: 26.06.2009.

UDC: 005.44:65.012.32

**MODERN HUMAN ACTIVITY
(GLOBALISATION, MANAGEMENT AND MANAGER)**

Milorad M.Drobac, Ph.D.
Faculty for legal and business studies, Novi Sad

Abstract

In work author perceives couple significant elements of modern human activity putting accent on *changes* in global society, culture and economy, that with its turbulents causes dramatic growth trend in international exchange, for example in trade, culture, people, ideas, etc. Previously wrote shows that in the focus of interest is process of globalization from the aspect of presence of totaliristic tendencies in economy superior countries (individually or in small groups) and consequence of that behavior on international relations.

Special place in analysis of mentioned social phenomenon belongs to "illumination" of economy essential and importance of terminology determines *management* and *manager* and its place and role in modern human activity.

Key words: globalization, management, management in agribusiness, manager, manager team, new technology.

Author's Address:

Dr Milorad Drobac
21000 Novi Sad
Ul. Miše Dimitrijevića 71
Telefoni: 021/6541-359; 064/615-91-28
e-mail: bochar_48@yahoo.com