

KRITIČAN OSVRT NA OBUKU KADROVA U MENADŽMENTU I ZA IZRADU BIZNIS PLANA U SRBIJI POČETKOM XXI VEKA

Z. Karastojković

Viša tehnička škola, Bul. Dr Zorana Đinđića 152a, 11070 Novi Beograd, Srbija

Marketing i biznis plan jesu savremeni termini preuzeti sa Zapada i to je mnogima već dovoljno da, po autorovom mišljenju, imaju neko magično značenje ili dejstvo. Ispada da je važno nešto napraviti ili još češće proglasiti izuzetno složenim (kompleksnim), a posle toga sve je mnogo lakše... Obuka kadrova, pre svega studenata menadžmenta ili marketinga, kao i za izradu biznis plana, postaje finansijski vrlo unosan biznis, jer kako objasniti da je šk. 2005/6.g. u Srbiji na dva metalurška fakulteta i to na svim godinama studija bilo ukupno 12 studenata, a u isto vreme samo na Megatrend univerzitetu je bilo oko 16000 studenata! No, ovde neće biti reči o takvom biznisu u obrazovanju već šta kvalitativno ti studenti dobijaju.

Biznis plan je pisani dokument (elaborat) o: planiranom poslovanju preduzeća (cilj poslovanja preduzeća), načinu obezbeđenja potrebnih sredstava (nabavka mašina/uređaja, alata, repromaterijala i sl.), finansijskim efektima takvog poslovanja i pod kojim će se uslovima (i da li će) stići do željenog cilja. Biznis plan je potreban svakom preduzeću, koje planira da poboljša ili promeni postojeće poslovanje (proizvodnju, pružanje usluga i dr), a naročito novoj firmi, koja počinje da se bavi nekim poslom [1-3]. Svaki biznis plan je prepun brojki ali osnovnu pažnju bi trebalo usmeriti na ključne informacije/kriterijume za ocenu budućeg poslovanja. Za potencijalnog investitora su važna saznanja kao: broj novootvorenih radnih mesta, način i mesto nabavke repromaterijala, plasman, finansijski efekti poslovanja, visina kredita, visina hipoteke i s tim u vezi prepoznavanje rizika u budućem poslovanju. U citiranoj literaturi [1-3] tehnologija se ozbiljno ne spominje- a i zašto bi kada se u ovoj zemlji svi živi bave i razumeju u tehnologiju!? Pa gde je problem i kako se objašnjavaju problemi poslovanja malih i srednjih preduzeća na literaturnom nivou?

Problemi se kod nas, izgleda, rešavaju tako što se uopšte ne rešavaju-(N.Prokić, prof. FDU-Beograd). Dokaz za to su literaturni izvori [1-3] u kojima figurišu prazne tabele. Prazne tabele se mogu tumačiti (i tumače se) kompleksnom prirodom finansijskog toka poslovanja i tome slično, ali naravno da to uopšte nije prihvatljivo objašnjenje. Pa šta će studenti naučiti iz praznih tabela? Samo "prazno" da razmišljaju!? Toliko veliki kontrast, a po autorovom mišljenju radi se o velikom neznanju, zaista se retko sreće u bilo kojoj grani tehnike ili industrije. Da li bi veliki J.J.-Zmaj, da je bio menadžer, ikada napisao: "dižite škole, deca vas mole"!?. Pa kome trebaju takve škole? Izgleda samo srpskim menadžerima...

[1] Z. Brnjas: Kako pripremiti biznis plan? - metodološki vodič za pripremu biznis plana, Privredni pregled-Evropski pokret u Srbiji, Beograd 2002, str. 59-99.

[2] M. Đuričić: menadžment investicija, IR-MIR, Užice 2002, str. 129-186.

[3] Lj. Savić, B. Paunović, D. Pokrajčić, D. Cvijetičanin: Kako napraviti biznis plan, inovacioni kurs, NICEF Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd 2003, str. 2-50.