

ZNAČAJ KRIZNOG MENADŽMENTA ZA POSLOVANJE
SIGNIFICANCE OF CRISIS MANAGEMENT FOR BUSINESS

STRUČNI ČLANAK

Prof. dr. Faruk Jašarević
Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu
faruk.jasarevic.sa@gmail.com

Mr. Ermin Kuka
Univerzitet u Sarajevu
ermin.kuka@hotmail.com

Sažetak:

U radu se analizira mjesto i uloga menadžmenta, odnosno kriznog menadžmenta u procesu implementiranja i realiziranja svih oblika zaštite i spašavanja, s posebnim osvrtom na preduzeća. Kroz analizu relevantne literature, kao i na temelju empirijskih iskustava, elaboriraju se osnovne postavke i osnovni koraci koje je neophodno implementirati prilikom djelovanja na krizu koja je zadesila određenu organizaciju ili preduzeće. Rezultati do kojih će se doći kroz navedeno teorijsko istraživanje upućuju na zaključak kako krizni menadžment ima izuzetno veliki značaj i veliku primjenjivost, kako u oblasti zaštite i spašavanja, tako i u oblasti prevencije i sprečavanja kriznih situacija, osobito onih kojima su podložne preduzeća u savremenim turbulentnim kretanjima.

Ključne riječi: kriza, menadžment, krizni menadžment, preduzeće, odluka.

Abstract:

The paper analyzes the place and role of management, and crisis management in the process of implementation and realization of all forms of protection and rescue, with a special focus on enterprise. Through the analysis of the relevant literature, as well as on the basis of empirical experience, elaborate the basic principles and the basic steps to be implemented during the action on the crisis afflicting particular organization or company. The results that will be reached through the above theoretical research suggest that crisis management is extremely important and great applicability, both in the field of protection and rescue, as well as in the field of prevention of crisis situations, particularly those which are subject to enterprise in modern turbulent developments.

Keywords: crisis management, enterprise, decision.

1. UVOD

U savremeno doba, ali i ranije, mnoga preduzeća i organizacije su izložene permanentnim kriznim situacijama. Kriza je, prema tome, razdoblje kada je potrebno napraviti određenu odluku (odlučiti), a da ni nismo spremni za odluku i ne znamo što odlučiti, tj. nismo sigurni kako i kojim putem dalje. Kriza je, prije svega, promjena (nagla ili postupna), koja donosi neki ozbiljan problem koji traži blagovremeno rješenje. U poslovanju, kriza je sve ono što može prouzročiti iznenadnu i ozbiljnu štetu zaposlenima, ugledu ili financijskom rezultatu preduzeća. Kriza poduzeća je neplanirano i neželjeno stanje, razdoblje kada se sukobljava staro i novo, na stari se način više ne može poslovati, a još nije potpuno jasno kako bi trebalo dalje. Kriza je razdoblje ugroženosti temeljnih vrijednosti poduzeća.

Stoga se opravdanim postavlja pitanje kako i na koji način djelovati na krizu, koja je zadesila određenu organizaciju i preduzeće. Odgovor se nalazi u menadžmentu, odnosno u uvođenju tzv. kriznog menadžmenta u njihovo poslovanje i djelovanje. Općenito, krizni menadžment znači proces upravljanja poslovnom krizom.

Sva preduzeća i organizacije, i ona uspješna i ona neuspješna, prolaze kroz krizne situacije. Poslovna kriza je normalno razdoblje u poslovanju poduzeća. Razlika između uspješnih i neuspješnih poduzeća je u tome što uspješna poduzeća koriste alate, instrumente i mehanizme preventivnog upravljanja poslovnom krizom, te je kriza na taj način blažeg intenziteta, kraće traje i posljedice su manje pogubne. Kod ovih drugih situacija je dosta drugačija.

2. POJAM KRIZNOG MENADŽMENTA

Krizni menadžment je kategorija i disciplina menadžmenta koja je, može se tako reći, relativno novijeg datuma. Naime, brze i stalne, te mnogostruke i široke promjene, kojima je izloženo savremeno poslovanje i egzistiranje na tržištu, obilježene su i brojnim, neizostavnim krizama i kriznim situacijama, na što su preduzeća, organizacije, ali i sami pojedinci (prije svega menadžeri) trebali naći relevantne i efikasne odgovore. Sve to je bilo razlogom, pored ostalih, pojave produciranja i inkorporiranja koncepta tzv. kriznog menadžmenta.

Da bi se razumijeli pojam i praksa kriznog menadžmenta, neophodno je prethodno odrediti i definirati sam pojam krize. Činjenica je da, kada se spomene pojam i izraz kriza, tada se misli na određenu lošu, tešku situaciju koja ometa ili spriječava normalno i efikasno funkcioniranje, kako samih pojedinaca, tako i preduzeća, organizacija i raznih drugih institucija.

Etimološki, riječ i pojam kriza je grčkog porijekla. Kriza (grč. *krisis*) znači preokret, obrat, nastupanje odlučnog, presudnog trenutka; med. obrat u nekoj bolesti (nabolje ili nagore); pren. prekretnica, poremećaj, zbrka; *politička kriza* neredovito stanje, osobito između ostavke i sastavljanja nove vlade; *privredna kriza* poremećaj u širim privrednim krugovima u pogledu proizvodnje ili potrošnje proizvoda nacionalne privrede (Anić, Klaić i Domović, 2002). Jasno je, dakle, da kriza predstavlja teško i loše stanje u kome je neophodno blagovremeno i efikasno donijeti odluke kojima će se ona čim prije prebroditi ili spriječiti njen nastanak i djelovanje.

Postoji više vrsta kriza, ali ona najznačajnija u današnjem vremenu jeste svakako poslovna kriza. Poslovna kriza se definira kao „neplaniran i neželjen proces ograničenog trajanja i mogućnosti utjecanja, koji šteti primarnim ciljevima, s ambivalentnim ishodom“ (Töpfer, 1999).

Uvjet za uvođenje i implementiranje kriznog menadžmenta jeste inkorporiranje pristupa koji traži davanje relevantnih i pravovremenih odgovora na prethodno definiranu poslovnu krizu. Taj odgovor pruža i implementira krizni menadžment.

Krizni menadžment se definira kao „aktivnost usmjerena na ovladavanje situacijom opasnom za opstanak preduzeća, planiranje i provođenje mjera za osiguranje temeljnih ciljeva preduzeća“ (Krummwnacher, 1981). Dakle, suština kriznog menadžmenta je da se prevenira kriza na blagovremen i efikasan način, kao i preveniranje nastajanka teških i opasnih situacija koje mogu ugroziti, ne samo poslovanje, već i sam opstanak preduzeća na tržištu.

Pored toga, jasno je da krizni menadžment obilježava i „intenziviranje sredstava i metoda potrebnih za ovladavanje kriznom situacijom, uvođenje radikalnih mjera poslovnog preokreta. Radi li se o aktivnostima sprječavanja krize, tada se govori o preventivnom ili anticipativnom kriznom menadžmentu, dok se o reaktivnom kriznom menadžmentu govori u smislu osiguranja temeljnih, egzistencijalnih varijabli nakon pojave krize i obilježavaju ga jasni ciljevi poput ostvarenja određene likvidnosti ili uspjeha“ (Osmanagić-Bedenik, 2007).

Može se zaključiti kako je krizni menadžment osnovni i temeljni alat i mehanizam koji preduzećima i organizacijama, ali i javnim i privatnim institucijama, stoji na raspolaganju u aktivnostima usmjerenim na preveniranje ili, ako je već kriza uzela maha, ublažavanje kriznih utjecaja, te samog ukidanja i spriječavanja daljnjih kriznih utjecaja. Krizni menadžment omogućava preduzećima blagovremenu pripremu za moguće (buduće) krize, te stoga treba biti važan i neophodan dio ukupnog poslovnog života preduzeća, organizacija i institucija.

3. POVIJESNI RAZVOJ KRIZNOG MENADŽMENTA

Već je konstatirano da je pojam kriznog menadžmenta relativno novijeg datuma. To znači da se još uvijek traga za pravilnim shvatanjem i određenjem ovog društvenog i naučnog fenomena, te da se još uvijek o kriznom menadžmentu formiraju relevantne znanstvene teorije, koje se vremenom znanstveno verificiraju ili odbacuju, u skladu sa savremenim zahtjevima metodologije znanosti i znanstvenog rada.

Ono što ima svoju povijesnu utemeljenost u pojmu i praksi kriznog menadžmenta jeste sam pojam krize, koji su prethodno definirani i određeni. Kriza je ta koja je sastavni dio nastanka i razvoja čovječanstva. Svako društvo, od prvog čovjeka, pa do danas suočava se sa neminovnošću krize i kriznih situacija.

U savremenom shvatanju, pod krizom se ne podrazumijeva samo određeno teško stanje, smetnja, prijetnja ili ograničenje za odvijanje određenog procesa i dinamike. Danas se kriza razumijeva i kao „šansa, prilika koja se može pretvoriti u poslovni uspjeh, jer od uspješnog odgovora na krizu može itekako ovisiti (i ovisi) daljnje odvijanje procesa ili eventualna propast“ (Osmanagić-Bedenik, 2007). Stoga se može zaključiti da je tokom krizne situacije, ipak moguće djelatnosti u organizaciji okrenuti nabolje i u željenom smjeru.

Krizni menadžment je, u današnje vrijeme, postao dio procesa menadžerskih aktivnosti, sa osnovnim ciljem da se „kriza savlada i preduzeće učini dugoročno sposobnim za opstanak na konkurentskoj tržišnoj sceni“ (Softić, 2011).

Konkurentsko tržište je oduvijek obilježavalo natjecanje i tržišna utakmica tržišnih aktera (subjekata). Svaki od njih je tražio svoje mjesto u tržišnoj utakmici (na tržištu), tako da je, temeljem tih aktivnosti, uz nezaobilazne krizne situacije, iznjedren i koncept i praksa kriznog menadžmenta.

Zbog svih prednosti koje krizni menadžment pruža u djelovanju preduzeća, organizacija i institucija, svakako da će krizni menadžment i u budućnosti imati veoma veliku i značajnu, ako ne i presudnu ulogu u poslovnom i svakom drugom egzistiranju preduzeća. Jer, krize nisu samo vanjskog karaktera (eksternog), već mogu i vrlo često nastaju i na unutrašnjem (internom) polju, dakle u okviru samih preduzeća, što se treba analizirati.

4. CILJEVI I ZADACI KRIZNOG MENADŽMENTA

Krizni menadžment je, po definiciji, proces upravljanja kriznom situacijom (poslovnom krizom). To znači da je, na prvom mjestu, zadatak i cilj menadžmenta preventivno djelovanje na samu kriznu situaciju, kako do nje uopće ne bi ni došlo. U tom cilju, kriznom menadžmentu na raspolaganju stoje četiri najznačajnija i najvažnija instrumenta, a koji imaju funkciju predusretanja krize, a to su sljedeći instrumenti (Cigula i Klačmer, 2006):

- a) politika fleksibilnosti;
- b) risk menadžment ili upravljanje rizicima;
- c) sustav ranog upozorenja;
- d) bonitet i rejting.

Politika fleksibilnosti podrazumijeva „razmišljanje i planiranje može li se s tom opremom raditi još nešto osim proizvoda A. Ukoliko zatreba treba razmišljati o tome je li moguće preorijentirati proizvodnju s postojećom opremom.

Upravljanje rizicima podrazumijeva sustavno praćenje opasnosti mogućih gubitaka ili šteta na razini poduzeća, u pojedinim područjima poput nabave, proizvodnje, prodaje i razvoja te radnim mjestima, u pojedinim fazama nekog projekta.

Sustav ranog upozorenja također je jedan od instrumenata preventivnog upravljanja poslovnom krizom; to su indikatori koji nagovještavaju neke buduće promjene koje bi se mogle dogoditi u poslovanju poduzeća i u njegovoj okolini. Pripremajući se pravodobno na moguće promjene skraćujemo vrijeme potrebno za reakciju i odlučivanje.

Bonitet i rejting su instrumenti ocjene poslovanja nekog poduzeća. Ozbiljan poslovni subjekt najprije će se na više strana raspitati o poduzeću s kojim namjerava poslovati“ (Cigula i Klačmer, 2006).

Činjenica je kako sva preduzeća, i ona uspješna i ona neuspješna, prolaze kroz određene krize, pa su poslovne krize postale normalnim razdobljem poslovanja samih poduzeća (životnog ciklusa preduzeća). Razlika između njih je u tome što „uspješna poduzeća koriste instrumente preventivnog upravljanja poslovnom krizom, te je kriza na taj način blažeg intenziteta, kraće traje i posljedice su manje pogubne“ (Cigula i Klačmer, 2006), dok neuspješna preduzeća to ne čine ili čine u nedovoljnoj mjeri.

Stoga je priprema za krizu jedan od temeljnih i glavnih ciljeva i zadataka koje krizni menadžment treba efikasno i efektivno implementirati. U tom kontekstu, krizni menadžment treba prepoznati i identificirati sve svoje potencijale (resurse), ali i greške i nedostatke. Kada krizni menadžment identificira svoje potencijale (resurse), te ih usmjeri na preveniranje i spriječavanje kriznih situacija, uspjeh je tim više zagarantiran. U tom smislu, glavni zadaci pripreme za krizni menadžment su (Cigula i Klačmer, 2006):

- stalno nadziranje i analiziranje okoline (prepoznavanje potencijalnih kriza);
- usklađivanje poslovanja preduzeća u skladu sa očekivanjima okoline;
- stvaranje dobrog ugleda preduzeća kroz uspješnu komunikaciju;
- pripremu preduzeća na krizu i osnivanje kriznog tima;
- razvijanje pozitivnog odnosa prema krizi;
- suočiti se sa krizom kada do nje dođe;
- traženje prilika u krizi i primjena iskustava u daljnjem planiranju.

Ukoliko krizni menadžment implementira sve navedene ciljeve i zadatke, poslovanje preduzeća svakako neće i ne može doći u pitanje. Nebriga za navedene ciljeve i zadatke je svakako put do propasti, s obzirom da je tržišta utakmica i tržišno natjecanje neumoljivo i ne prašta greške u svim kontekstima, a osobito u kontekstu odgovora na krizne situacije. Zato,

većina današnjih znanstvenika koji se bave istraživanjem problematike kriza, ali i kriznim menadžmentom, smatra kako je jedan od temeljnih ciljeva modernog kriznog menadžmenta mogućnost pretvaranja poslovnih kriza u poslovnu priliku, te šansu za uspjeh. Na ovome će se, svakako, temeljiti i daljnja (buduća) istraživanja, kao i daljnja egzistencija, ali i poslovni uspjesi preduzeća, organizacija i institucija (ustanova). Stoga, pristup kriznom menadžmentu treba biti krajnje ozbiljan i racionalan, te uključivati sve potencijale (resurse) kojima preduzeće raspolaže (koji im stoje na raspolaganju).

5. VRSTE KRIZNOG MENADŽMENTA

Postoji više vrsta kriznog menadžmenta. Za tipologizaciju i klasifikaciju kriznog menadžmenta koristi se više različitih kriterija. Jedan od prvih teoretičara i autora koji je priredio klasifikaciju kriznog menadžmenta bio je Igor H. Ansoft (*Igor H. Ansoft*). Naime, on je naglašavao razlikovanje između preduzeća koja mogu pripremiti strategije iznenađenja. U tom kontekstu, izdvojio je dva načina, i to (Softić, 2011):

- prvi, ona koja se mogu osposobiti za efikasno reagiranje na iznenadne diskontinuitete (tzv. „poslije činjenja“), gdje se kao primjer uzima vatrogasna služba; i
- drugi, ona preduzeća koja pristupaju problemu prije nego što se stvarno i dogode („prije činjenja“), što se za primjer uzima izviđački odred.

Ansoftova početna klasifikacija poslužila je drugim znanstvenicima i istraživačima kriznog menadžmenta kao osnov za daljnja klasificiranja, prema nekim drugim kriterijima. Tako je, pored ostalog, prema kriteriju simptoma i uzroka krize, ponuđena klasifikacija kriznog menadžmenta na:

- a) strateški krizni menadžment;
- b) operativni krizni menadžment;
- c) financijski krizni menadžment, koji se može dalje klasificirati na:
 1. krizni menadžment za savladavanje krize likvidnosti i
 2. krizni menadžment za savladavanje krize solventnosti (Müller, 1985).

Strateški krizni menadžment usmjeren je na zaštitu ugroženih postojećih resursa (potencijala), koji su ujedno i pretpostavka efikasnog i uspješnog poslovanja. Ovakav krizni menadžment usmjeren je na dešavanja u okruženju (ekstera dešavanja), koja direktno ili indirektno utječu na poslovanje preduzeća.

Operativni krizni menadžment je usmjeren na operativne aktivnosti, odnosno na eliminiranje opasnosti kriza koje utječu na poslovanje i uspješnost preduzeća. Suština je povećati prihode, a smanjiti troškove poslovanja preduzeća na tržištu.

Financijski krizni menadžment odnosi se na financijsko poslovanje i financijski položaj preduzeća, tj. na područje obezbjeđenja financijske likvidnosti, te nužnog spriječavanja financijske nelikvidnosti u poslovanju preduzeća, kako u kratkoročnom, tako i u srednjoročnom i dugoročnom vremenskom razdoblju.

Što se tiče kriterija aktivnosti u odgovoru na krizu i kriznu situaciju, pravi se klasifikacija kriznog menadžmenta na:

1. aktivni (preventivni) krizni menadžment i
2. reaktivni krizni menadžment.

Aktivni (preventivni) krizni menadžment usmjeren je na spriječavanje i izbjegavanje krize prije no što se ona stvarno dogodi. S druge strane je *reaktivni krizni menadžment*

usmjeren na osiguranje potencijala i mehanizama za eliminiranje krize nakon što se ona pojavila.

Krizni menadžment ima izuzetno veliku ulogu i značaj u oblasti zaštite i spašavanja, o čemu će više riječi biti u narednim izlaganjima.

6. IDENTIFIKACIJA KRIZNIH SITUACIJA

Identifikacija kriznih situacija, tj. simptoma i indikatora kriznih situacija izuzetno je značajna, polazna postavka formuliranja jasnih odgovora i mehanizama aktivnog djelovanja na krizne situacijem, nakon što su se one pojavile.

Pojam identificiranja podrazumijeva „(lat. *identitas* istovjetnost, *facere* učiniti) v. Identifikacija; *identificiranje* (lat. *identitas*, *facere*) v. Identifikacija; *identificirati* (lat. *identitas* istovjetnost, lat. *facere*) poistovjetiti, poistovječivati, utvrditi (ili: utvrđivati) istovjetnost; smatrati istim“ (Anić i saradnici, 2002).

U kontekstu zaštite i spašavanja, te prevencije i odgovora na krizne situacije u fokusu zanimanja je odrednica ideftificiranja, odnosno koja se odnosi na *utvrđivanje*, tj. na utvrđivanje simptoma krize i mogućih uzroka krize i kriznih situacija koje zahtjevaju aktiviranje koncepta zaštite i spašavanja.

U situacijama kada se krizna situacija nije mogla izbjeći ili blagovremeno prevenirati, pristupa se jednoj drugoj (operativnoj) aktivnosti koja podrazumijeva prepoznavanje (identificiranje) opasne (krizne) situacije.

Identificiranjem poslovne krize odgovara se na dva ključna pitanja (Osmanagić-Bedenik, 2007):

1. Jesmo li u krizi? i
2. Ako da, kojeg je intenziteta?

Dakle, neophodno je jasno i precizno identificirati i spoznati simptome po kojima se može prepoznati postojanje i djelovanje krize. Pošto su oni dosta široki i raznoliki, urađena su određena grupiranja i tipologiziranja, s ciljem jasnog razumijevanja i analiziranja. Tako se govori o: početnim simptomima (znacima) poslovne krize, simptomima značajnijeg opadanja rezultata poslovanja i ostalim simptomima krize.

U početne simptome (znake) poslovne krize se ubrajaju (Softić, 2011):

- Prinos na kapital ispod projekta grane;
- Profitna stopa ispod projekta grane;
- Manjak obrtnog kapitala;
- Fluktuacija kadrova i brzo smjenjivanje rukovodilaca;
- Gubitan značajnih kupaca/dobavljača;
- Početak gubitaka u poslovanju.

U simptome značajnijeg opadanja rezultata poslovanja se ubrajaju (Softić, 2011):

- Stalni gubici u poslovanju;
- Produženje rokova naplate potraživanja;
- Rastuće zalihe;
- Produžavanje rokova isplate obaveza;
- Neizvršavanje kreditnih obaveza;
- Gubici se nastavljaju;
- Slabljenje pozicije na tržištu (kod kupaca i dobavljača);
- Manjak gotovog novca za tekuće poslovanje.

U ostale simptome krize se ubrajaju (Softić, 2011):

- Tražišni udio preduzeća opada duži period;
- Zaposlenici se ne ponose više preduzećem;
- Slabi moral zaposlenih;
- Slabi povjerenje u preduzeće;
- Nedostatak novih ideja;
- Pad kvaliteta proizvoda i usluga (porast reklamacija);
- Pad ulaganja za istraživanje i razvoj, nove proizvode, promociju;
- Opadanje ugleda preduzeća i njegovih proizvoda i usluga;
- Značajno smanjenje iskorištenja kapaciteta;
- Niko se ne usuđuje značajnije planirati rast;
- Finansijski podaci kasne, netačni su;
- Udio općih troškova raste.

Od uspješnosti identificiranja navedenih simptoma i pokazatelja (indikatora) kriznih i situacija ugroženosti, ovisi ukupno funkcioniranje i u konačnici samo egzistiranje svakog preduzeća, organizacije ili ustanove.

Jedan od mehanizama identificiranja poslovne krize jeste poslovna analiza, kojom se, putem SWOT analize (*strenght* – snaga, *weakness* – slabost, *opportunities* – prilika i *threats* – opasnost) analiziraju interni i eksterni činioci poslovanja.

Koncept poslovne analize, kao mehanizma identificiranja poslovne krize predstavljen je u sljedećoj tabeli.

Interni činitelji	SNAGE	SLABOSTI
Eksterni činitelji		
PRILIKE	+ ŠANSE +	+ -
OPASNOSTI	- +	- RIZICI -

Tabela 1. SWOT matrica (Osmanagić - Bedenik, 2007).

7. UPRAVLJANJE KRIZNIM SITUACIJAMA I RIZICIMA

Krizne situacije i rizici zahtijevaju da se na njih efikasno, efektivno i pravovremeno odgovori. S tim u vezi, neophodno je razraditi alate, postupke i mehanizme upravljanja kriznim situacijama i rizicima koji narušavaju, kako samog čovjeka, tako i društvo, preduzeća, te u ekstremnom slučaju i kompletno čovječanstvo na planeti Zemlji.

U upravljanju kriznim situacijama i rizicima u okviru poslovanja preduzeća, menadžment ima posebnu ulogu i značaj. Menadžment se, u užem smislu, i razumijeva kao upravljanje.

Općenito promatrano, upravljanje krizom obuhvata „širok spektar aktivnosti poduzeća usmjerenih na krizu: od preventivnog djelovanja prije pojave krize, preko upravljanja krizom u užem smislu, sve do učenja novih načina mišljenja i djelovanja u povodu krize“ (Osmanagić-Bedenik, 2007).

Iz navedene definicije se jasno vidi kako je proces upravljanja krizom središnji proces i korak rješavanja kriznih i rizičnih (opasnih) situacija. Iz svake se krizne i rizične situacije uči, a upravljanje tokom krize je taj osnovni mehanizam i alat koji nam omogućava stjecanje potrebnih znanja iz krize, te, isto tako, doći do spoznanje kako i na koji način krizu i rizik pretvoriti u poslovnu šansu i poslovni uspjeh.

Upravljanje krizom i rizicima se, u skladu sa navedenim postavkama, može smatrati dijelom „strateškog menadžmenta koji se odnosi na ekonomiku preduzeća i koji se mora orijentirati prema ciljevima preduzeća i njegovoj strategiji“ (Softić, 2011).

Osnovni cilj i zadatak upravljanja krizom i rizikom jeste da se dotična kriza ili rizik, koji dovode do ugroženosti i zahijevaju aktiviranje mjera zaštite i spašavanja, na efikasan i efektivan način savlada, tj. da se napravi optimalan odnos rizik – šansa. Dakle, rezultat upravljanja krizom i rizikom treba biti, prvo eliminiranje same krize i rizika i drugo, pretvaranje krize i rizika u šansu za uspjeh.

Suština upravljanja kriznim situacijama i rizicima jeste da se osigura (Softić, 2011):

- egzistencija preduzeća;
- budući uspjeh;
- povećanje tržišne vrijednosti preduzeća i
- smanjenje/izbjegavanje troškova rizika (npr. premija osiguranja, upravni troškovi i slično).

Sve navedene aktivnosti oko upravljanja kriznim situacijama primjenjive su, kako u oblasti zaštite i spašavanja, tako i u oblasti poslovanja preduzeća, organizacija ili rada institucija i ustanova. Sljedstveno tome, upravljanje kriznim situacijama i rizicima jeste univerzalni koncept primjenjiv u svim oblastima individualnog i društvenog života i rada, pa samim time i u oblasti poslovanja preduzeća. Jasno je, dakle, kako krizni menadžment ima izuzetno veliki značaj i veliku primjenjivost, kako u oblasti zaštite i spašavanja, tako i u oblasti prevencije i sprečavanja kriznih situacija.

8. ZAKLJUČAK

Evidentno je kako menadžment ima svoje posebne ciljeve i zadatke kada su u pitanju krizne (vanredne) situacije, osobito u slučajevima kada je neophodno angažiranje u oblasti zaštite i spašavanja. S tim u vezi, krizni menadžment je osnovni i temeljni alat i mehanizam koji preduzećima i organizacijama, ali i javnim i privatnim institucijama, stoji na raspolaganju u aktivnostima usmjerenim na preveniranje ili, ako je već kriza uzela maha, ublažavanje kriznih utjecaja, te samog ukidanja i spriječavanja daljih kriznih utjecaja. Krizni menadžment omogućava preduzećima pripremu za moguće krize, te stoga treba biti važan i neizostavan dio ukupnog poslovnog života preduzeća, organizacija i institucija. Zbog toga, krizni menadžment je neophodno implementirati u okviru svake organizacije i preduzeća, jer omogućava stalnu, preciznu i jasnu komunikaciju i saradnju svih aktera u kriznim situacijama, jer se jedino timskim radom i zalaganjem mogu implementirati postavljeni zahtjevi koncepta zaštite i spašavanja ljudi i materijalnih i drugih dobara, uključujući i preduzeća kao temeljna materijalna dobra kojima društvo raspolaže i koje mu je na usluzi. Kroz svoje zadatke upravljanja kriznim situacijama i rješavanje operativnih ciljeva i zadataka, omogućit će implementiranje strateškog planiranja i upravljanja, koji su nezaobilazni faktori preveniranja i spriječavanja kriznih situacija. Sve ove aktivnosti olakšavaju procedure zaštite i spašavanja, a koje su izuzetno zahtjevne, složene i koje traže koordinaciju svih aktera, od državnog nivoa do nivoa same individue.

Opći je zaključak da krizni menadžment ima presudnu važnost i utjecaj u zaštiti i spašavanju, kao i prevenciji i spriječavanju kriznih situacija, budući da se uvođenjem kriznog menadžmenta omogućava pravovremeno i organizirano upravljanje i preveniranje svih kriznih situacija kojima su izložena preduzeća u savremenom dobu.

LITERATURA:

1. Anić, Š., Klaić, N., Domović, Ž., 2002. Rječnik stranih riječi – tuđice, posuđenice, izrazi i fraze. Zagreb: SANI-PLUS.
2. Bahtijarević – Šiber, F., 1999. Menadžment ljudskih potencijala. Zagreb: Golden marketing.
3. Cingula, M., Klačmer, M., 2006. Strategijski menadžment: bilješke sa seminarske nastave. Varaždin: Fakultet organizacije i informatike Sveučilišta u Zagrebu.
4. Krummwnacher, A., 1981. Krisenmanagement, Industrielle Organisation. Zürich.
5. Müller, R., 1985. Corporate Crisis Management. Long Range Planning.
6. Osmanagić-Bedenik, N., 2003. Kriza kao šansa – Kroz poslovnu krizu do poslovnog uspjeha. Zagreb: Školska knjiga.
7. Softić, S., 2011. Simptomi i uzroci krize preduzeća u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu.
8. Töpfer, A., 1999. Plötzliche Unternehmenskrisen – Gefahr Oder Chance? Luchterhand: Neuwied, Kriftel.