

*Valentina Ivančić \**

**IVONA VRDOLJAK RAGUŽ, LARA JELENC,  
NAJLA PODRUG: IZVORI KONKURENTSKE PREDNOSTI  
U XXI. STOLJEĆU**

Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta u  
Dubrovniku, Dubrovnik, 2013.

Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta u Dubrovniku izdavač je sveučilišnog udžbenika s naslovom **Izvori konkurentske prednosti u XXI. stoljeću**, Dubrovnik, 2013., autorice Ivone Vrdoljak Raguž, Lare Jelenc i Najle Podrug. Opseg ovog sveučilišnog udžbenika je 317 stranica, format B-5, tvrdi uvez, ISBN 978-953-7153-26-7. Fokus ove knjige je stavljen na proučavanje različitih aspekata konkurentskih prednosti. Autorice ove knjige proučavaju sadržaje menadžmenta i strateškog menadžmenta posljednje desetljeće predavajući u Dubrovniku, Rijeci i Zagrebu.

Knjiga obrađuje razne izvore konkurentskih prednosti prvenstveno fokusirajući se na važnost oblikovanja strategije, razumijevanja potrebe za primjenom principa strateškog promišljanja i uloge vodstva, poticanje procesa kontinuiranog unapređenja temeljenog na znanju, povjerenju, uslužnom menadžmentu i korporativnom građanstvu. Predloženi izvori konkurentske prednosti odgovornost su svih razina menadžmenta, s posebnim naglaskom na najviše poslovodstvo koje mora poticati, razvijati i upravljati konkurentskim prednostima. Ova knjiga potvrđuje stav da konkurentska prednost nije statička veličina, već da treba kontinuirano tragati za novim izvorima unapređenja poslovanja, treba kombinirati elemente tradicije i suvremenosti kako bi se razvio potencijal za rast i razvoj poduzeća.

---

\* Valentina Ivančić, znanstvena novakinja na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci. (E-mail: [vivancic@efri.hr](mailto:vivancic@efri.hr)).

Vođene kompleksnošću izvora konkurentskih prednosti, autorice su sadržaj knjige podijelile u sedam poglavlja. Prvo poglavlje s naslovom „**U potrazi za konkurentskom prednosti**“ predstavlja i uspoređuje tradicionalne i suvremene izvore konkurentskih prednosti kako bi se stvorila slika potencijala o važnosti predloženih izvora koji mogu biti ključni za razvoj poslovanja u XXI. stoljeću. Autorice na kraju poglavlja definiraju šest izvora konkurentskih prednosti: strateško promišljanje i umijeće oblikovanja strategije, vodstvo, znanje i učenje, povjerenje te korporativno građanstvo.

U drugom poglavlju, „**Umijeće oblikovanja strategije kao izvor konkurentne prednosti**“, se raspravlja o principima odvijanja procesa strateškog menadžmenta i o školama strateškog menadžmenta koje utječu na način pristupanja strategiji. Istraživanjem i objedinjavanjem karakteristika brojnih aspekata dolazi se do modela koji razlikuje četiri pristupa oblikovanja strategije: klasična škola, društvena škola, konkurentna škola i suvremena škola.

„**Strateško promišljanje kao izvor konkurentne prednosti**“ naslov je trećeg poglavlja, u kojem se iz različitih pristupa strateškom promišljanju dolazi do znanstveno utemeljene definicije pojma strateškog promišljanja. U ovom se poglavlju proučavaju sličnosti i razlike između strateškog promišljanja i strateškog planiranja, uspoređuju mehanicistički, intuitivni i strateški pristup u rješavanju kompleksnih problema te raspravlja o doprinosu teorije igara, kognitivnih mapa i sastavnica strateškog promišljanja.

Naslov četvrtog poglavlja je „**Vodstvo kao izvor konkurentne prednosti**“. U ovom se poglavlju koncept vodstva razmatra kao intraindividualni, diadički, grupni i organizacijski proces. Osim toga uspoređuju se klasični stilovi vodstva sa tendencijama koje su se počele razvijati pod različitim utjecajima početkom 21. stoljeća. U novijim se modelima vodstva sve češće spominju karizma, inspiracija i uslužnost kao dodatne komponente uspjeha svakog vođe.

Peto poglavlje nosi naslov „**Znanje i učenje kao izvori konkurentne prednosti**“. Znanje kao pokretač menadžmenta znanja i intelektualnog kapitala od velike je važnosti u građenju konkurentskih prednosti poduzeća koja posluju u promjenjivom i nepredvidivom okruženju. Organizacijsko učenje unaprijeđuje sposobnost prilagođavanja i predstavlja vrijedan, rijedak, neusporediv i nezamjenjiv izvor konkurentne prednosti današnjice.

Težište šestog poglavlja je „**Povjerenje kao izvor konkurentne prednosti**“. Naime, u području menadžmenta i organizacijske teorije zadnjih se je godina počelo se pridavati više važnosti konceptu međusobnog povjerenja. Interpersonalno povjerenje i aktivna uloga menadžera u poticanju procesa transparentne distribucije znanja i informacija veliki su doprinos u stvaranju dodane vrijednosti za poduzeće.

Sedmo poglavlje s naslovom „**Uslužnost menadžmenta i organizacijsko građanstvo u funkciji ostvarivanja korporativnog građanstva i konkurent-ske prednosti**“ pojašnjava značenje pojma uslužnosti i razvija poveznicu između uslužnosti menadžera i korporativnog građanstva. Poduzeće se razvija zahvaljujući nizu interakcija unutar i izvan poduzeća zbog čega u svojem djelovanju mora uvažavati i uključiti potrebe i zahtjeve raznih interesno utjecajnih skupina.

Nakon svakog poglavlja prikazan je popis literature, a na kraju knjige predstavljani su kazalo imena, popis slika i tablica te kratak životopis triju autorica.

Knjiga je namijenjena studentima različitih razina akademskog obrazovanja za produblјivanje tema iz osnovne literature i za poticanje istraživačkog rada iz područja koja se razvijaju i kojima treba obratiti pozornost unutar strateškog menadžmenta. Osim toga, knjiga će biti korisna menadžerima koji se pripremaju za razvoj svoje karijere, odnosno razvijaju konkurentske prednosti poduzeća ili ustanova u kojima rade.

Zaključno, knjiga predstavlja različitosti u pristupu, različitosti u predstavljanju razvoja holističkog strateškog menadžmenta te ujedno i različitosti izvora konkurentskih prednosti koje mogu pomoći u razumijevanju, kreiranju i održavanju konkurentnosti hrvatskih poduzeća. Knjiga odstupa od klasičnih postulata kako bi pomogla dinamičnom okruženju koje je već odavno napustilo ustaljene obrasce konkurentnosti.