

STUDIJA SLUČAJA INKUBACIJE TURISTIČKIH AKTIVNOSTI U REGIONU SUBOTICE KAO ŠANSA UPRAVLJANJA TURIZMOM

Ildiko Zedi, Poslovni inkubator Subotica

Izabel Lanji Hnis, Park Palić, Palić

Sažetak

Razvoj turizma na mikro nivou može se usmeravati kroz različite vidove implementacije poslovnih ideja. Jedna od mogućnosti i savremenih mehanizama je korišćenje poslovnih inkubatora i njihovih prednosti u implementaciji poslovnih ideja turističke privrede. Određene ciljne grupe, koje žele da posluju u sferi turizma, mogu, uz podršku inkubatora, da prebrode prve tri godine poslovanja, koliko je potrebno da se stabilizuju. Inkubacija turističkih usluga nije do sada bila predmet istraživanja i proučavanja u našoj regiji, jer su i poslovni inkubatori bili velika novina. U mikropreduzetništvu, sektoru u kome ima mnogo početnika u oblasti turizma, problemi menadžmenta i njegovog razvoja su u tesnoj vezi sa uobičajenim problemima pokretanja sopstvenog biznisa, uz rizike koji su specifični za sektor turizma. Turizam je veoma osetljiva grana privrede koja veoma brzo reaguje na svaku promenu u okruženju. U radu se razmatraju mogućnosti korišćenja poslovnih inkubatora za inkubiranje turističkih usluga, uslovi za razvoj menadžmenta mikropreduzetništva unutar inkubatora, mogućnosti prevazilaženja rizika poslovanja, veza inkubiranja mikronivoa sa razvojem turističke privrede kroz prikaz studije slučaja. Cilj rada je da se predlog uputstava koja će pomoći mikropreduzetnicima u procesu inkubiranja turističkih usluga i razvoju sopstvenog menadžmenta organizacije u praksi. Primenjivaće se normativna metoda, i to: posmatranje, upoređivanje, analiza i sinteza, izvođenje zaključaka indukcijom i dedukcijom.

Ključne reči: inkubiranje turističkih usluga, turistički razvoj, menadžment mikropreduzetništva

A CASE STUDY OF INCUBATION OF TOURISM ACTIVITIES IN THE REGION OF SUBOTICA AS A CHANCE OF TOURISM MANAGEMENT

Abstract

The development of tourism at the micro level can be channeled through various aspects of the implementation of business ideas. One of the features of modern mechanisms is the use of business incubators and their ability to implement business ideas of tourist industry. Specific target groups, who want to do business in the field of tourism, with the support of the incubator can get through the first 3 years of operations, which are needed to stabilize. Incubation of tourism services, so far hasn't been the subject of the research and study in our region, because the incubators were big news in our country. The micro-entrepreneurship, in the sector in which has a lot of beginners in the field of tourism, the problems of management and its development are closely related to the usual problems of starting his own business, with the risks that are specific to the tourism sector. The tourism sector is a

very sensitive sector of the economy, who right now, very quickly respond to any changes in the environment. This paper discusses about the possibility of using business incubators for incubation of tourist services, the conditions for the development of management skills, to overcome the risk in the business, the link of business incubation of micro level with the development of the tourism industry, through case studies. The aim is to conclude as specified instructions that will help Micro-entrepreneurs in the process of incubation of tourist services and developing their own organizational management in practice. They will apply normative methods, namely: observation, comparison, analysis and synthesis, inference of induction and deduction.

Keywords: Incubation of tourism services, Tourism development, Management

TIMS Acta (2015) 9, 149-157

Uvod

Turizam je privredna grana koja beleži najbrži rast u svetu i taj značaj za ekonomski razvoj je široko priznat. Ono što čini da se turizam razlikuje od mnogih drugih uslužnih delatnosti je da ponuđač, odnosno prodavac usluge, ostaje na mestu gde se usluga ili turistički proizvod kreira i nudi. Korisnik, turista, dolazi na to mesto kako bi koristio te usluge. Turizam može na taj način da igra ključnu ulogu u razvoju regiona, ruralnih oblasti, može da obezbedi posao za spektar kvalifikacija od nekvalifikovane do visokokvalifikovane radne snage u turističkim destinacijama. Sve to značajno doprinosi razvoju privrede cele zemlje i rešava probleme neravnomernog razvoja regiona.

Razvoj turizma predstavlja značajan potencijal razvoja privrede i privlačenja stranih investicija. Značajan faktor koji ograničava takav razvoj je nedostatak adekvatnih pratećih usluga i dobre infrastrukture kao što su transport, dobre saobraćajnice, telekomunikacije, finansijske i druge usluge, postrojenja za tretman otpadnih voda i dobra turistička suprastruktura (Centar za konkurentnost, 2012).

Mala preduzeća se u savremenoj privredi mogu naći gotovo u svim privrednim delatnostima. Kada se ona pomenu, obično se misli na preduzeća iz oblasti poljoprivrede, zanatstva i ugostiteljstva, što je posledica prekida u kontinuitetu i tradicionalnom oslanjanju na mala preduzeća u industriji. Kod nas čestu situaciju predstavlja nekorišćenje brojnih izvora, a bili bi efikasno korišćeni i sa malom proizvodnjom, jer se tako proizvode usluge manjeg obima koje se mogu racionalno realizovati u malom preduzeću (Cvijić, 2007).

Turizam je grana koja se prevashodno oslanja na mikro i mala preduzeća i zato je preduzetništvo i inkubiranje ovih usluga postalo značajno.

Pojam inkubatora i inkubiranja poslovnih ideja

Inkubacija je proces razvoja u vremenu od tri do pet godina početnih poslovnih ideja kojima je potrebna pomoć u startap (eng. *start up*) poslovanju kada su opasnosti po opstanak poslovanja kritične.

Postoje različite definicije prirode inkubatora. Jedna od njih glasi da je „poslovna inkubacija dinamičan proces razvoja poslovanja preduzeća; inkubatori neguju mlade firme, pomažući im da prežive i da rastu u periodu startapa kad su najugroženije; inkubatori pružaju praktičnu pomoć za upravljanje, pristup finansiranju i usluge tehničke podrške, oni takođe nude preduzetničkim firmama zajedničke kancelarijske usluge, pristup opremi, fleksibilne zakupe i proširivi prostor - sve pod jednim krovom“ (NIBA, 2001).

Inkubatore opisuje i definicija koja pojašnjava da su to „preduzeća čiji je glavni zadatak da obezbeđuju i iznajmljuju raspoloživi kancelarijski prostor i da pruže administrativne, tehničke i ostale usluge novoosnovanim preduzećima i inovacionim organizacijama“ (Morača, Secei, Hnis, & Kirchweger, 2011).

Nakon faze inkubacije neophodno je pratiti firme još dve godine u fazi postinkubacije, u cilju provere njihovog samostalnog snalaženja na tržištu, bez veće pomoći inkubatora.

Inkubator sačinjavaju: profesionalni zaposleni kao menadžment inkubatora koji vode računa o funkcionisanju inkubatora, poslovni prostor koji mogu iznajmiti budući

stanari za razvoj svoje poslovne ideje, finansijski i drugi materijalni i ljudski resursi koji stoje na raspolaganju stanarima u inkubatoru.

Biznis inkubatori ubrzavaju razvoj uspešnih preduzetničkih firmi pružajući im pomoć, dajući im poslovnu i tehničku podršku tokom ranjivih ranih godina (Meeder, 1993).

Prisustvo poslovnog inkubatora u određenom mestu poboljšava regionalni razvoj, pošto se inkubatori smatraju generatorima rasta, centrima za privlačenje investicija, a nova preduzeća omogućavaju komercijalni publicitet regije i razvoj međunarodne trgovine. Takođe, mogu da stvore specijalizovane centre znanja i podstaknu proizvodnju, kao izvor regionalne konkurentne prednosti. Često su vidljivi primeri regionalnog uspeha, napretka i posvećivanja preduzetništvu.

Iskustva drugih zemalja ukazuju na to da startup preduzeća koja su se razvila u poslovnim inkubatorima posluju sa nižom stopom neuspeha na tržištu, nego preduzeća koja su osnovana van inkubatora. Stanari i preduzetničko okruženje mogu pružiti dodatnu finansijsku podršku, razvoj stručnosti, pristup novim konceptima i metodama, transfere tehnologija i poslovanje putem međusobnog povezivanja. Oni mogu da stvore specijalizovano znanje ili proizvodne centre kao izvor regionalne konkurentne prednosti, privlačeći time dodatne investicije i pažnju. Poslovni inkubatori su često upadljivi simboli regionalnog uspeha, napretka i posvećenosti preduzetništvu, što ih čini politički atraktivnim (Morača, Secei, Hnis, & Kirchweger, 2011).

Većina inkubatora nalazi se na teritoriji Vojvodine (njih ukupno osam) i locirani su u sledećim gradovima i opštinama: Novi Sad, Subotica, Zrenjanin, Bački Petrovac, Pančevo, Senta, Kanjiža i Beočin. U Vojvodini ima više inkubatora nego u ostalom delu Srbije. Ovaj rezultat postignut je na osnovu uspeha BBI Programa i zahvaljujući većim ulaganjima vojvođanske vlade u razvoj ovog sektora. U regionu istočne i jugoistočne Srbije formirano je sedam inkubatora. Oni se nalaze u Nišu, Vranju, Zaječaru, Boru, Knjaževcu, Prokuplju i Medveđi. Postoji inicijativa za formiranje još dva inkubatora u ovoj regiji u Majdanpeku i Kladovu. Šest inkubatora se nalazi u regionu Šumadije i Zapadne Srbije: u Kragujevcu, Rači, Kruševcu, Užicu, Valjevu i Kraljevu. Četiri od ovih inkubatora su već formirana, a postoji inicijativa da se

formiraju još dva nova inkubatora. U okolini Beograda postoje dva inkubatora, jedan je lociran u opštini Zvezdara, a drugi u opštini Rakovica. Najveći inkubator nalazi se u Vranju (2.700 m²), a drugi najveći u Subotici (2.000 m²), dok je inkubator u Nišu (1.650 m²) treći najveći u zemlji (Miljašić, 2011).

Formiranje poslovnog inkubatora u određenom naselju jačaće privredni razvoj čitave regije, jer on privlači nove investicije, a inkubatori se inače smatraju motorima privrednog rasta. Inkubatori mogu da stvaraju i centre specijalizovanog znanja, kao i da povećaju proizvodnju, na osnovu čega je moguće izgraditi konkurentnu prednost. Zbog toga često predstavljaju dobar primer uspeha jedne regije, razvoja i uspešnog preduzetništva.

Uz poboljšanje sistema saradnje između preduzetništva, organizacija koje im pružaju podršku i akademske zajednice, (univerziteti), treba se fokusirati na transfer tehnologije, zajedničke istraživačke aktivnosti, kao i na pitanje kako stimulisati preduzetništvo i eksperte za bližu saradnju sa lokalnim zajednicama. Značaj obrazovanja i obuke čini se izuzetno važnim kada je reč o izgradnji veza između poslovnih inkubatora i drugih granskih aktera, kao što su članovi klastera, i njihovih budućih mreža. Poslovni inkubatori se pojavljuju kao „fasilitatori“ i to znači mnogo više od instrumenta nekretnine. (Paunović, Du Point, Šenk, Ivanić, & Vukov, 2012)

- Osnovni zadaci „inkubatora“ prema stranim iskustvima su: Prevazilaženje neiskustva i nekompetentnosti preduzetnika početnika,
- Ekonomski razvoj regiona,
- Sufinansiranje preduzetnika,
- Pomoć (pravna, tehnička, ekonomska) firmi u osnivanju (Todosijević, Ahmetagić, Vojinović, & Malagurski, 2008).

Istraživanje uspešnosti startup kompanija u periodu od 2006. do 2013. godine u Poslovnom inkubatoru Subotica

Ovde predstavljeno istraživanje daje neke osnovne podatke o kompanijama koje su opstale i razvile se nakon procesa inkubacije. U uspešnim kompanijama postojala je ličnost liderskih osobina koja je bila posvećena viziji firme i koristila mnoge prednosti koje pruža boravak u

inkubatoru, a naročito učešće na obukama. Pregled osnovnih statističkih pokazatelja ilustruje samo brojčane podatke, iza kojih stoji posvećenost osnivača. Razvoj preduzetništva ovde nije samo rezultat dobre procene i poslovnih odluka u sferi ekonomije, tehnologije i tržišta, već i razvoja liderskih-upravljačkih osobina osnivača

primenjenih u praksi, u oblasti ljudskih resursa.

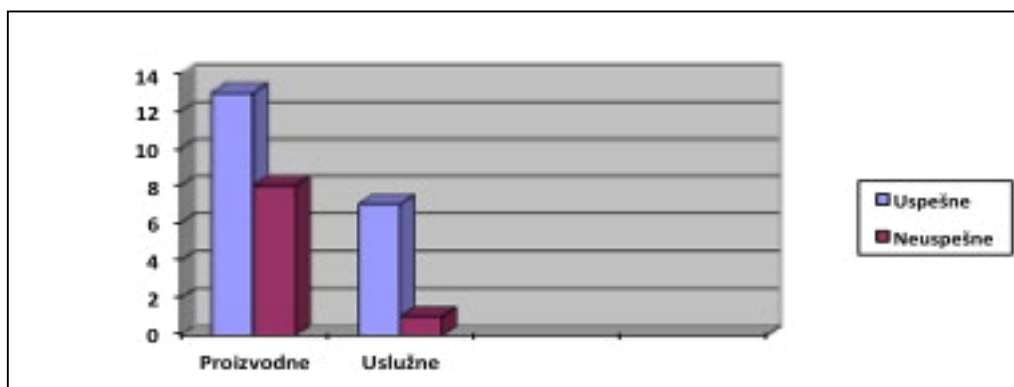
U okviru uslužnih delatnosti najveći broj usluga odnosi se na IT sektor, konsultantske usluge iz oblasti sertifikacije. Poslovni Inkubator Subotica je u 2013. godini doneo odluku da će raspisati konkurs za prijem stanara inkubatora iz polja turističkih usluga, kao pilot

Tabela 1. Uspešnost inkubacije kompanija koje su inkubirale svoje ideje u BIS doo, Subotica od 2006 do 2013. godine (izvor: Zedi, interna statistika autora, 2013)

	Ukupan broj kompanija	Uspešne	Neuspešne
1 Proizvodne delatnosti	21	13	8
2 Uslužne delatnosti	8	7	1
Ukupno	29	20	9

Tabela 2. Raspodela kompanija prema broju zaposlenih u fazi inkubacije i postinkubacije od 2006. do 2013. godine (izvor: Zedi, interna statistika autora, 2013)

Opis	Ukupan broj	Raspodela prema broju zaposlenih			
		1-2	3-5	6-10	11 i naviše
Uspešne firme	21	6	6	1	7
Neuspešne firme	9	4	5	nema	nema



Grafikon 1: Podela firmi na uspešne i neuspešne u procesu inkubacije i postinkubacije u BIS Subotica od 2006. do 2013. godine (izvor: Zedi, interna statistika autora, 2013)

projekat. Na osnovu konkursa u saradnji sa Fondom Turistički Klaster Mikroregione Subotica - Palić, prva firma te vrste je ušla u inkubator te vrste.

Trenutno u poslovnom inkubatoru radi turistička agencija kao jedini primer pokušaja bavljenja turističkom delatnošću. Ova agencija, koja se bavi organizovanjem prevoza putnika i turističkih putovanja se veoma teško probija na tržištu. Zbog ograničenih resursa ne može da pruži integralnu ponudu ciljnoj grupi i pored uobičajenih

teškoća početničkog preduzetništva ima i teškoće u osmišljavanju turističkog proizvoda. Usled nedostatka finansijskih sredstava agencija ne može da pribavi licencu prema zakonu o turizmu, ali može da radi emitivnu podagenturu. Za receptive je potrebno da ova agencija razvije nekoliko turističkih proizvoda koji mogu biti profitabilni. Razvoj turističkih proizvoda zahteva dobro poznavanje tržišta, ciljnih grupa i procesa razvijanja poslovnog poduhvata. To su teškoće koje mora svaka

poslovna ideja u svom razvoju da prevaziđe, bez obzira na to kojoj delatnosti pripada. Ako ovom problemu dodamo čest slučaj da je prisutno i nepoznavanje struka, već se ona uči tokom rada, greške i verovatnoća neuspeha se povećavaju. Istraživanja su potvrdila tezu da je potrebno najmanje tri godine da se posao razvije do te mere da postane održiv. U sferi turizma može se računati na četiri do pet godina, bez obzira na to da li se radi o turističkoj agenciji, smeštajnim kapacitetima, restoranima ili kafićima. Postoji predrasuda da otvaranje kafića privlači goste već samim činom postojanja na nekoj zanimljivoj mikrolokaciji i da se svaki preduzetnik može baviti ugosteljskom delatnošću čak i ako je bio neuspešan u nekom drugom poduhvatu. To ipak nije tačno. Lako je vidljivo da na istoj mikrolokaciji postoje uspešni i neuspešni poduhvati.

Pilot program inkubiranja preduzeća "SECMATUR" doo kao prvi korak rezultata istraživanja

Preduzeće „Secmatur“ doo osnovano je avgusta meseca 2013. godine. Osnovna delatnost je pružanje usluga u oblasti turizma sa akcentom na seoski – agro-turizam i lovni turizam. Usluge se odnose na prezentaciju sadržaja, povezivanje destinacija radi organizovanijeg nastupa i puna odgovornost u realizaciji prodatih aranžmana. Planirana klijentela su ljubitelji prirode, lova i amaterskog upražnjavanja rekreativno-sportskih aktivnosti (Secmatur, 2014).

Inkubiranje turističkih usluga najčešće se svodi na otvaranje emitivnih podagentura, agencija koja nude već gotove, često jednoobrazne turističke aranžmane. Ostale mogućnosti drugih zanimanja u turizmu retko se uzimaju u obzir (prodaja suvenira, turistički vodiči, usluge logistike, animatori, dodatne razne usluge u ugostiteljstvu i slično). Razlozi za to koji se najčešće navode su: odsustvo platežno sposobne ciljne grupe, nezrelost tržišta, potreba za većim ulaganjima, odsustvo podrške od strane države. Ipak, preduzetništvo bi trebalo da ima kapacitet za prevazilaženje navedenih uzroka, i za razvijanje uspešnog poslovnog poduhvata. Za oblast turizma naročito je značajno objediniti preduzetnički duh, dobro poznavati struku i motivisati preduzetnike u inkubiranju tehnika i alata za kontrolu i razvoj poslovne ideje.

Inkubiranje poslovnih ideja iz turističke privrede sa aspekta podrške ciljnih grupa

Inkubiranje poslovnih ideja iz turističke privrede je potpuno zapostavljeno u pokrajini, a slična situacija je i na nivou Srbije. Poslovnih ideja iz oblasti usluga ima mnogo, od specijalizovane gastronomije do procesa održavanja hotelskog domaćinstva, animacije, kateringa, ukrašavanja objekata, turističkog vođenja, organizovanja izleta. Najčešće se otvaraju turističke agencija na nivou podagenture dok receptivnih turističkih agencija ima malo. Veliki broj turističkih agencija radi samo emitivni turizam, ali mnoge od njih tokom vremena gube svoju licencu. Ostale oblasti turističke privrede kao mogućnosti inkubiranja poslovnih ideja se ne pojavljuju čak ni kao mogućnost samozapošljavanja. Logistička podrška poput prevoza turista ili raznih oblika prodaje suvenira turistima predstavljaju primere koji se često registruju u drugim sektorima privrede kao što su saobraćaj i stari zanati, ali ne i u oblasti turizma. Subvencije za samozapošljavanje koje daje Nacionalna služba za nezaposlena lica su šansa za inkubiranje poslovnih ideja turističke privrede ali je pomaka malo, jer mnogi svršeni diplomci nemaju resurse za sopstveno preduzetništvo, dok se ljudi iz kriznih ciljnih grupa, koji ne mogu naći posao, uključuju u turističku privredu bez prethodnog znanja i iskustva, a često jer im je to jedini izbor.

Iako je turizam grana koja se brzo razvija, ona nema podršku u inkubiranju poslovnih ideja. Razlozi za ovakvo stanje su višestruki:

- neadekvatan zakon o turizmu;
- nezaokružena podzakonska akta;
- mnoge nejasnoće u tumačenjima funkcionisanja turističkih delatnosti;
- na turizam kao granu, se u javnosti gleda kao na delatnost, kojom može bilo ko da se bavi bez prethodnog znanja, što je negativan stereotip;
- turistička infrastruktura je još je uvek nerazvijena;
- primeri dobre prakse i načina delovanja iz zemalja razvijenog turizma veoma sporo prodiru kod nas;
- komunalna infrastruktura je u lošem stanju;
- ne postoji dovoljan broj edukativnih aktivnosti,

formalnih i neformalnih, za praktičan rad i unapređenje delatnosti u turizmu;

- fluktuacija radne snage je velika, niska je kvalifikaciona struktura;
- nedostaju uputstva za inkubiranje poduhvata turističke privrede u praksi, kao ideje za preduzetništvo;
- mnogi svršeni diplomci nemaju interesa da osnuju svoje preduzetništvo jer nisu dovoljno motivisani i pripremljeni za takav poduhvat;
- ne postoje pravi strateški dokumenti koji bi podržali turizam kao izvor dobrih preduzetničkih ideja.

Ciljne grupe koje treba podržati u sferi inkubiranja turističkih usluga:

- postojeći poslodavci koji imaju novu poslovnu ideju koju ne žele razvijati unutar svog postojećeg preduzeća, već im je potrebna dodatna pomoć;
- postojeći poslodavci koji žele da poslovnu ideju plasiraju sa drugim partnerima u sferi turističkih usluga;
- zaposleni koji odluče da se osamostale i ostvare svoje poslovne ideje kroz preduzetništvo i imaju potrebna znanja i iskustva u oblasti turizma;
- nezaposleni koji imaju znanja i iskustva koja mogu plasirati kao poslovnu ideju, a potrebna im je pomoć u njenom ostvarivanju;
- nezaposleni koji započinju porodično preduzetništvo u oblasti turističkih usluga;
- „krizne grupe ljudi“ koji su dugo bez posla, imaju ideju i znanja/iskustva ali nemaju materijalnih resursa;
- „tehnološki viškovi“ - nezaposleni koji nakon mnogo godina rada ostaju bez posla, nemaju uslova za penzionisanje i moraju da razmotre i opciju samozapošljavanja, a imaju znanja/iskustva.

Iako su navedene ciljne grupe različite po svom profilu, u okviru inkubatora mogu imati dobru podršku za razvoj poslovne ideje, a time i za razvoj grane turizma i regionalni razvoj.

Tipovi inkubatora povoljni za razvoj preduzetništva u turizmu

Postoji nekoliko tipova inkubatora:

- Klasični inkubator koji nudi usluge poslovnog prostora, konsaltinga, izlaska na sajmove, dobijanja dodatne opreme ili prevoznih sredstava, prevashodno fokusiran na proizvodne delatnosti.
- Specijalizovani inkubator, koji generiše preduzetnike samo za određene brzorastuće grane kao što su IT tehnologije, savremeni materijali, kreativne industrije.
- Istraživački inkubatori koji su naslonjeni na neku istraživačku instituciju, fakultet, institut, laboratoriju, koji razvijaju poslovnu ideju, proizvod, uslugu do nivoa da ona može biti komercijalno plasirana; traže se pogodni preduzetnici koji će je dalje razvijati uz dobijanje potrebne pomoći.
- Virtuelni inkubatori koji ne pružaju poslovni prostor jer ga preduzetnik već poseduje ali pružaju sve druge svoje usluge konsaltinga, logističke podrške, promocije, umrežavanja.
- Univerzitetski inkubatori za pripremu diplomaca u sferi sopstvenog preduzetništva, razvoju karijere iz delokruga univerziteta. Diplomci nakon završenog obrazovanja mogu otpočeti svoj biznis i razvijati ga, uz podršku inkubatora na univerzitetu, koji pruža potrebne resurse.

Navedeni tipovi inkubatora imaju i pogodnosti i nedostatke sa aspekta turizma, ali su oni bitna stepenica u razvoju početnog poslovanja.

Klasični inkubator može isto tako podržati i razvoj turističke ideje, kao i ideje proizvodnih delatnosti, drugi stanari inkubatora mogu poslužiti kao test pred plasman turističkog proizvoda na tržište. Kao što se u poslovni prostor inkubatora instalira neka proizvodna mašina, tako je moguće prostor opremiti savremenom kuhinjom za posao keteringa.

Specijalizovani inkubatori mogu biti isključivo osnovani za delatnost turizma, povezivanje lanca vrednosti, sa podrškom koja je namenjena isključivo potrebama ove grane. Nažalost, kod nas, a ni u okruženju, nema ovakvih inkubatora za turističku privredu.

Istraživački inkubator može biti naslonjen na već

postojeću instituciju, recimo laboratoriju koja istražuje vina iz određenog regiona i podstiče preduzetništvo u oblasti vinskog turizma.

Virtuelni inkubator je izuzetno pogodan za razvoj preduzetništva u turizmu, poslovanja u agencijskom poslovanju, hotelijerstvu, gastronomiji.

Univerzitetski inkubator ima ulogu da lansira i podrži što više diplomaca za opredeljenje da rade svoj biznis, umesto što čekaju posao u struci, ili rade različite poslove samo da bi preživeli. Ovi inkubatori bi trebalo da pruže sigurnost početniku i da mu pruže svu potrebnu pomoć kao preduslov za uspeh.

U grani turizma postoji paleta struka koje su na nivou dobrog zanata. Sve ove struke mogu se inkorporirati u oblast učenja o preduzetništvu u turizmu, kao bitnom faktoru pokretanja sopstvenog posla. Već iz srednje škole mogu se regrutovati budući preduzetnici i stanari inkubatora. Svest o samozapošljavanju je nerazvijena, nema ideja i posvećenosti da se započne sopstveni posao. Dobri primeri prakse iz regiona su poslovni inkubator Rovinj koji uspešno inkubira poslove turističke agencije i poslovni inkubator Sežana koji je inkubirao

poslovnu ideju iz oblasti restoraterstva. Restoran je nastavio rad u prostorijama inkubatora i posle perioda inkubiranja, postao je regionalno poznat i stalno inovira svoje poslovanje. Sa inkubatorom je zaključen sporazum na dugi rok od koga obe strane imaju koristi.

Tokom 2014. godine napravljeno je anketno istraživanje u osam inkubatora u Srbiji, koje se odnosilo na delatnost - sastav stanara, očekivanja u podršci od inkubatora i na druga relevantna pitanja. Za potrebe ovog rada razmatraće se samo učešće usluga u inkubiranju poslovnih ideja pojedinih inkubatora.

Rezultati istraživanja učešće usluga u inkubiranju poslovnih ideja pojedinih inkubatora u Srbiji:

Oblici usluga koje se traže od inkubatora:

- Informisanje;
- servis opreme;
- finansijski i pravni konsalting;
- edukacija;
- konsalting u drugim oblastima
- pribavljanje kredita.

Tabela 3: Sastav delatnosti stanara postojećih inkubatora u Srbiji
(izvor: Zedi, interna statistika autora, 2013)

	Inkubator	Broj stanara	Od toga proizvodnja	Od toga usluge	Od toga turističke usluge
1.	Novi Sad	12	-	12 IT	-
2.	Subotica	14	11	3	1
3.	Sevojno-Užice	12	12	-	-
4.	Beograd	40	5	35	-
5.	Kruševac	23	6	17	-
6.	Vranje	26	16	10	-
7.	Kragujevac	10	-	10	-
8.	Niš	10	6	4	-

U pomenutom istraživanju stanari ne ističu posebno konsalting u vođenju poslovanja, menadžmentu, jer nemaju spoznaju koliko je bitno znati upravljati funkcijama svoje firme. Prilikom započinjanja sopstvenog biznisa većina preduzetnika zapostavlja probleme menadžmenta firme i koncentrišu se samo na probleme struke, nisu spremni da uče mehanizme upravljanja firmom, imaju „strah od nepoznatog”. U praksi uspešnost jedne početničke firme mnogo zavisi od usvajanja znanja

o upravljanju procesima, resursima, i komunikacijama u njoj.

Razvoj mikropreduzetništva unutar inkubatora sa aspekta upravljanja kriznim situacijama u turizmu

Preduzetništvo u turizmu unutar poslovnog inkubatora ima prednosti ne samo u savladavanju metoda, mehanizama, alata menadžmenta u razvoju

poslovanja, već i u podršci prilikom nastanka kriznih situacija. Turizam kao grana je izuzetno osetljiv na sva politička, ekonomska, privredna dešavanja, a ne samo na prirodne katastrofe. Iako ova delatnost u javnosti ima sliku „radosti i bezbrižnosti“, upravljanje kriznim situacijama je potrebna strategija poslovanja, naročito početnika. Najprivlačnija destinacija, paket aranžman, događaj, ili manifestacija će u trenu izgubiti svoje goste ako krizna situacija uspe da nadvlada poverenje i pre svega sigurnost gostiju. Zato je potrebno efekte neočekivanog svesti na najmanju moguću meru. Inkubator može pomoći turističkom preduzetništvu u sledećim aktivnostima:

- priprema plana za upravljanje kriznom situacijom i korišćenje dostupnih sekundarnih izvora informacija;
- istraživanje mogućih problema koji se mogu pojaviti pre krizne situacije;
- analiza bezbednosti i sigurnosti klijenata u okviru delatnosti u preduzetništvu;
- izrada komunikacionog plana i uputstava za reagovanje u kriznim situacijama;
- definisanja bezbednosnih procedura;
- izrada uputstava o pravilima ponašanja u kriznim situacijama i merama bezbednosti, savetima za putovanja.

Počelnici u preduzetništvu obično zanemaruju mogućnost dešavanja krizne situacije. Jedna od najčešćih preduzetničkih ideja je otvaranje turističke agencije – podagente. U ovom pravnom obliku na udaru nezadovoljnog klijenta je baš taj podagent jer je on na prvoj liniji prodaje. O ovom segmentu poslovanja se razmišlja tek kada nezadovoljni klijent počne da preti. Inkubator sa svojim kontaktima može u značajnoj meri olakšati sprovođenje rešenja za konfliktne situacije.

Ne treba mešati upravljanje kriznim situacijama u turizmu sa uobičajenim rizikom poslovanja koje je prisutno kod svakog preduzetništva, pa tako i kod preduzetništva u turizmu. Rizik poslovanja je deo menadžmenta, upravljanja razvojem poslovne ideje i kao takvo podložno je istim principima, mehanizmima, zakonitostima kao bilo koje preduzetništvo koje nije iz područja turizma.

Budućim preduzetnicima koji žele da razviju svoju poslovnu ideju u oblasti turizma preporučuje se da se posvete prevashodno izučavanju menadžmenta, upravljanja razvojem svoje firme, a zatim i da, uporedo sa tim, definišu potrebne korake za upravljanje kriznim situacijama. U oba ova područja mogu imati pomoć od inkubatora, jer on zato i postoji, kako bi olakšao težak period početnog razvoja.

Zaključak i predlozi

Na osnovu prethodno razmatranih aspekata može se zaključiti da je korisno i potrebno oformiti univerzitetski inkubator za inkubiranje turističkih usluga širokog spektra. Studenti tako mogu dobiti šansu da nakon završenih studija započnu svoj biznis i postanu preduzetnici. U ovakvom inkubatoru mogu dobiti svu potrebnu stručnu pomoć iz okruženja i od ljudi koje poznaju, na osnovu čega će im biti lakše da se otisnu na tržište. Univerzitet sa svoje strane ima dobru bazu za generisanje projekata koji će tražiti praktičnu proveru ili implementaciju u praksi. Univerzitetski inkubator može postati svojevrsna laboratorija za sticanje iskustava, razradu novih metodologija, kao i za spoj teorije i prakse. Studenti već sada slušaju predmete iz oblasti turizma i menadžmenta, ali bi preporuka bila da se posebna pažnja obrati na preduzetništvo u turizmu. Time bi se studenti još tokom studija lakše odlučivali da postanu preduzetnici, kao i da započnu, veoma postepeno i studiozno, da razrađuju svoju poslovnu ideju. Na taj način bi bilo moguće direktno uticati na razvoj turizma kao privredne grane kao i na kvalitet i unapređenje usluga u turizmu.

LITERATURA

- Centar za konkurentnost. (2012). *Kako inkubirati turističke usluge - saradnja inkubatora i klastera*. Novi Sad: Republika Srbija - AP Vojvodina.
- Cvijić M. (2007). *Istraživanje uslova i mogućnosti za razvoj preduzetništva u procesu tranzicije*. Doktorska disertacija. Novi Sad: Fakultet tehničkih Nauka.
- Meeder, R. (1993). *How to Design and Implement a Feasibility Study For Business Incubator Programs*. Ohio: NBIA.

Miljašić, D. (2011). *Analysis of the situation of business infrastructure in Republic of Serbia*. Belgrade: National agency for Regional development.

Morača, S., Secei, M., Hnis, L. I., & Kirchweger, D. (2011). *Cooperation Platform factor of economic development*. Novi Sad.

Morača, S., Secei, M., Hnis, L. I., & Kirchweger, D. (2011). *Action plan, Anex 1. Platform for cooperation*. Novi Sad: Center for concurrency and Cluster Development.

NIBA. (2001). *Best Practice in Action: Guidelines form implementing First Class Business Incubation Program*.

Paunović, B., Du Point, M., Šenk, V., Ivanić, V., & Vukov D. (2012). *Strategija razvoja poslovnih inkubatora u AP Vojvodini u periodu 2011-2015. godine*. Novi Sad: Vojvodina CESS.

Secmatur. (2014, 12 07). Retrieved from <http://www.bis-su.rs/sr/stanari>

Todosijević, R., Ahmetagić, E., Vojinović, S., & Malagurski, B. (2008). *Kako unaprediti postojeći i započeti novi biznis*. Subotica.

Datum prijave rada: 22.04.2015.

Datum prihvatanja rada: 29.04.2015.

Kontakt

Ildiko Zedi, Poslovni Inkubator Subotica,
Magna polja 6, Subotica,
E-mail: izodi@bis-su.rs

Izabel Lanji Hnis, Park Palić, Palić
Kanjiški put 17a
E-mail: izabellanji@gmail.com