

Autor prikaza knjige: mr.sc. Dina Tomšić

Doktorska kandidatkinja pri Ekonomskom fakultetu sveučilišta u Zagrebu

Zagrebački holding d.o.o., Ulica grada Vukovara 41, 10000 Zagreb

Email: dina.tomsic@zgh.hr, Mobitel: 098-237-007

PRIKAZ KNJIGE: ILUZIJA STRATEGIJE

Razotkrivanje socijalno konstruirane zbilje poduzeća

Autor knjige: prof.dr.sc. Darko Tipurić

Nakladnik: Sinergija d.o.o. Zagreb

Mjesto i godina izdanja: Zagreb, 2014.

Broj stranica: 255

ISBN: 978-953-6895-53-3

„ILUZIJA STRATEGIJE - Razotkrivanje socijalno konstruirane zbilje poduzeća“, autora prof. dr. sc. Darka Tipurića sveobuhvatna je i nekonvencionalna knjiga o strategiji. Iza tog istraživački izazovnog i za život poduzeća iznimno važnog fenomena krije se kompleksan, multidimenzionalan i dinamičan koncept te akademska i profesionalna disciplina. Prevalentno je orijentirana na konkurentsko okruženje, industrije i poduzeća koja se u njima natječu lokalno i globalno, ali u novije vrijeme, i na društveni i institucionalni kontekst poslovanja. Unutar discipline djeluje više etabliranih pristupa koji su donijeli brojnost interpretacija i definicija ovog pojma, no niti nakon pola stoljeća znanstvenog i praktičnog istraživanja, strategija još uvijek nema definicijsku jasnoću, kao niti čvrste teorijske okvire.

Djelo *„ILUZIJA STRATEGIJE“* iz različitih aspekata promatranja ukazuje što strategija zapravo je, interpretirajući ju kao društveno konstruiran, neopipljiv pojam, životnu filozofiju poduzeća utemeljenu na stalnoj potrazi za samoodržanjem i novim izvorima uspjeha. Strategija kao koncept ima još puno drugih, nedokučenih značenja, kao što i ova knjiga intrigantnog naslova, donosi puno više od uvriježenih sadržajnih obrazaca znanstveno-stručne literature. Stvorena na platformi svjetskog recentnog teorijskog i empirijskog znanja, ona je zapis drugačijeg promišljanja o strategiji kao pojmu i kao disciplini. *„ILUZIJA STRATEGIJE“* svojevrsna je priča o strategiji, ispričana umom istraživača koji eruptira postojećim i novim znanjem i značenjima fenomena, kao i duhom filozofa koji suvereno plovi bespućima ove eklektične discipline, otkrivajući nailazeću stvarnost sazdanu vlastitim ekspertnim i intuitivnim razumijevanjem.

U knjizi se obrađuju teme iz područja strategije i strateškog menadžmenta u širokom presjeku aktualnih istraživačkih pristupa, kroz sukobljene epistemološke i ontološke perspektive daje se kritički osvrt na disciplinu strateškog menadžmenta te se ističu i uspoređuju njena najvažnija teorijska i empirijska dostignuća i spoznaje, dvojbe i otvorena pitanja, ali i

mogućnosti za daljnji razvoj discipline. Autor se usredotočuje na izazov spoznajnog napora u odvajanju bitnog od nebitnog u poimanju strategije, objašnjava i uspoređuje njena određenja i značenja, preispituje njenu znanstvenost te predstavlja dominirajuće teorijske okvire i pristupe strateškog menadžmenta, s naglaskom na poliperspektivizam koji ga obilježava. Knjiga je podijeljena u tri poglavlja, od kojih svako donosi i otkriva različite dijelove globalnog uvida o strategiji i strateškom menadžmentu, koje autor, ponekad smjelo, a ponekad logično, zaogrće osobnim spoznajama i promišljanjem. Time nenametljivo donosi sasvim novu koncepciju i filozofiju strategije, naznačenu već u iskrenom i prisnom predgovoru kojim knjigu započinje. Autor u njemu iznosi svoja razmišljanja o djelu za čiji nastanak kao da se opravdava, svjestan da kompilacija kontemplacija o strategiji koju je kreirao i zapisao zahtjeva duboku koncentraciju čitanja, a nadasve kapacitet za razumijevanje neologizama kojima spontano oblikuje meta-jezik strategije, za znanost i struku.

Prvo poglavlje knjige naziva: *Strategija kao transnarrativ*, vjerojatno je najneobičniji akademski zapis ikada zapsan o strategiji. Istovremeno je kritički i kreativan, pun zapleta i raspleta, a svakim novim retkom zbunjuje, pa impresionira. Razotkrivajući stvarnost strategije kroz prikaz brojnosti i različitosti njenog dosadašnjeg tumačenja te osobnih stavova, autor s puno mentalnog nereda stvara neočekivano savršeni red u kojem se čitatelj naposljetku može odlično snaći. Poglavlje obrađuje temeljna pitanja povezana sa strategijom: rasvjetljuje njenu bit i određenje, istražuje i suprotstavlja sadržaj i značenja, daje pregled njene povezanosti s poduzećem u svim dimenzijama, ukazuje na strateške tenzije te naposljetku kulminira omeđenjem prostora koji strategija zauzima u mnogobrojnim inačicama svog značenja, nastalog autorovim izazivanjem poznatih i etabliranih teorija osobnim istraživačkim spoznajama i uvidima. U tom kontekstu strategiju predstavlja kao *transnarrativ*, naglašavajući kako se radi o konceptu čije se poimanje ne može jednoznačno odrediti, jer je sazdano od slojeva mijenjajućih značenja. Stoga ju naziva višestrukim označiteljem s brojnim označenicima.

U konačnici, za autora je strategija koncepcija, definira ju kao fenomen usredotočenja, fokusiranje na bitno u vremenu te strukturu koja uspostavlja red u mrežama značenja što se pridodaju ovisno o preuzetom kontekstu i smislu. Takvu interpretaciju autor postepeno oblikuje kroz otkrivanje heterogene, eklektične i ponekad eluzivne prirode strategije kao pojma koji je društveno konstruiran, postoji u glavama ljudi, a prepoznaje se u konzistentnom i integriranom ponašanju socijalnih entiteta. Spomenuvši sve vodeće istraživače i doajene koji su razvili disciplinu do sadašnje razine strateškog znanja i spoznaja, kroz pregršt citiranih i interpretiranih definicija strategije, profesor Tipurić promišlja da nije moguće, niti potrebno jednoznačno definirati strategiju: bitno je identificirati njene definicijske rubove i jasno determinirati koji joj sadržaj pridružujemo. U svom konceptualiziranju autor često odlazi van sadašnjeg vremena i postojećeg razumijevanja pojma, njegovo razmišljanje u ovom poglavlju svojstveno je orkestriranje misli, znanja i spoznaja, pa u odmaku od prosječnosti poseže za neologizmima kojima konstruira novo razumijevanje o strategiji, nastojeći proniknuti u još nevidljive dimenzije njene koncepcije.

Drugo poglavlje naziva: *Strategija između znanosti i pseudoznanosti* donosi rijedak, globalno podistražen, a u domaćoj literaturi po prvi puta sustavno prikazan filozofski pogled na disciplinu strategije. Ukazivanjem na sukobljene epistemološke i ontološke perspektive njenog znanstvenog izučavanja, označene kao prepreke u razvoju discipline, ovo poglavlje promatra strategiju u kontekstu filozofskih pristupa: realizma i antirealizma te postmodernizma, a posebno se naglašavaju perspektive kritičkog realizma, konstruktivizma i socijalnog konstruktivizma, filozofskih orijentacija koje se smatraju prikladnima za istraživanje društvenih fenomena. Autor ukazuje na važnu i rijetku posebnost strategije kao znanstvene discipline: uz rascjepe u bitku strategije i znanju koje je o njoj stvoreno, u njenom poimanju susreću se te, istovremeno konfrontiraju i dopunjuju, znanstveno i narativno znanje.

Analizirajući kako je nastalo i kako se stvara znanje o strategiji, u poglavlju se iznose značajke i polazišta modernog empiricizma kao realističke tradicije koja je značajno obilježila ovu akademsku disciplinu, ali se i postavlja pitanje adekvatnosti takvog načina razumijevanja strategije, posebice u kontekstu aktualnog stanja discipline, kojeg karakterizira konfrontacija fragmentiranih „svjetova strategije“. Pod tim terminom autor podrazumijeva postojanje mnoštva jednoznačnih istraživačkih pravaca i orijentacija, koji se različitim epistemološkim pozicijama, kao i primjenom znanstvenih metoda, upotpunjenih sofisticiranim analitičkim alatima, bore za prevlast u dominaciji područjem. Primjena takve parcijalne logike, objašnjena (pret)postavljenim teorijskim propozicijama i modelima, prema mišljenju autora, stvara sužene poglede od kojih se ne može očekivati da će spoznaju o strategiji konačno dokučiti, a raspoložive činjenice i znanje uobličiti u relevantan teorijski okvir. Povezivanjem filozofskih pravaca sa strateškim menadžmentom, autor razotkriva i donosi brojnost novih odgovora i pojašnjenja na ukazane probleme i nedorečenosti postojećeg razumijevanja strategije, dok mentalnim medijacijama i impresivnim sintagmama, pomalo u svojstvu meta-teoretičara, predočuje postojeće, znanstveno otkriveno ili spoznano, praktično uvriježeno, ali istodobno i osobno razumijevanje o strategiji kao znanosti. Bogatstvom neologizama nastavlja s lakoćom prolaziti kroz različite strateške perspektive i filozofske paradigme, nepretenciozno se poigravajući rigidnošću postojećih teorija, semantikom riječi i poimanjem znanstvenosti i istine o strategiji.

Umjesto poticanjem traganja za novim perceptualnim varijacijama, poglavlje završava sugestijom alternativnog, postmodernističkog znanstvenog pristupa strategiji. On polazi od teze da znanost nije proces otkrića „istine“ koji vodi progresivnoj akumulaciji ljudskog znanja: za postmodernizam proizvodnja znanja proces je društvene konstrukcije, a jezične koncepcije osnovno sredstvo interpretacije takvog reprezentacijskog znanja, odnosno razumijevanja. Na inovativan način u ovom se poglavlju razmatra i ukazuje na potrebu otklona u istraživanjima društvenih znanosti, pa tako i strategije, od kauzalnih objašnjenja i činjeničnog znanja, svojstvenih prirodnim znanostima, ali i na do sada slabo prepoznate i neisticane ontološke

probleme pojma, proizašle iz njegove društvene konstruiranosti. Prema autorovoj interpretaciji, strategija je u pred-predparadigmatskom stadiju, stoga se napredak discipline ne može ostvariti na način kojim filozof Thomas Kuhn opisuje uvriježeno razvojno kretanje *normalne znanosti*, već se repositioniranjem istraživačkih interesa i njihovim usmjeravanjem na probleme koji do sada nisu bili u fokusu može pridonijeti stvaranju novog, korisnog i svrhovitog znanja o strategiji. Za takvo ostvarenje potreban je pogled preko „rubova discipline“, koji autor i sam kroz poglavlje obilno nudi, kao i osluškivanje i uočavanje rascjepa u uvidima zapostavljenih ili površno predstavljenih segmenata postojećeg razumijevanja i znanja u vladajućim istraživačkim perspektivama.

Treće poglavlje naziva: *Poliperspektivizam strateškog menadžmenta*, fokusirano je na stanje, perspektive i istraživačke pravce koji djeluju unutar discipline, kao i na usporedbu njihovih dostignuća i spoznaja. Autor je izdvojio i obrazložio osnovne postavke te stajališta dominantnih teorijskih okvira modernog strateškog menadžmenta: strukturalističkog pristupa, resursne teorije strategije, pristupa dinamičkih sposobnosti, institucionalističkog pristupa strategiji, teorije organizacijske ekologije, pristupa konkurentske dinamike, kognitivnog pristupa strategiji, teorije gornjih ešalona, agencijske teorije te ekonomike transakcijskih troškova. Poglavlje donosi pregled temeljnih pitanja koja zaokupljaju istraživače, a zatim ukazuje na glavni problem tako predstavljenog presjeka discipline: njenu širinu odnosno sveobuhvatnost, koju nije jednostavno linearno prikazati. Posljedica je to, između ostalog, što je svaki strateški problem trodimenzionalan. Tako je zbog postojanja triju odvojenih dimenzija strategije poduzeća, kojima istraživači istovremeno trebaju posvećivati pažnju, odnosno skupno ih uključivati u analizu i sagledavati njihov međutjecaj. To su strateški proces; sadržaj strategije; i strateški kontekst. Svrha organizacije ulazna je varijabla u tom modelu i služi kao poticaj strateškim aktivnostima.

Ovo poglavlje objašnjava kako su istraživačke tradicije nastale uglavnom oslanjanjem na različite okosnice jedne od triju navedenih dimenzija te upućuje na zaključak kako strateški menadžment nije klasična disciplina s jasno omeđenom domenom, već je heterogen skup koherentnih istraživačkih praksi i teorijskih pristupa usmjerenih na proučavanje raznovrsnih pitanja povezanih uz: razloge postojanja poduzeća, njihovu izvedbu, izvore konkurentske prednosti te pozicioniranje na tržištima. Predstavljanje svakog ponaosob utjecajnog teorijskog pristupa u strateškom menadžmentu, isticanje njegove polazišne premise i karakterističnih uvida, potreban je, koristan i praktičan izvor u nas nedostajućeg znanja i informacija o stanju, dosezima i mogućnostima razvoja discipline. Autor naglašava da strateški menadžment nije potrebno promatrati jednodimenzionalno, jer niti strategija nije jednodimenzionalan fenomen te zaključuje kao je nužno mijenjati način na koji razmišljamo o strategiji. Stoga povrh već uvriježenih interdisciplinarnih pristupa koji su izvor stvaranja novih uvida i spoznaja, sugerira transdisciplinarnost kao nadolazeću poželjnu prizmu pogleda na disciplinu.

Knjiga „*ILUZIJA STRATEGIJE - Razotkrivanje socijalno konstruirane zbilje poduzeća*“ donosi originalan, do sada u domaćim izdanjima neprikazan pregled suvremenog doseg a svjetske recentne literature iz područja strategije i strateškog menadžmenta. Ona je znanstveno-stručna i filozofska kompilacija znanja, iskustva, uvida, mudrosti, heuristika i intuitivnih promišljanja o životnoj sposobnosti poduzeća. Knjiga razotkriva pojam strategije, predstavljajući ga kao sastavnicu konstruirane zbilje, *transnarativ* koji se materijalizira kao zamisao i kao djelovanje utkano u svijet i jezik menadžera i poduzeća. Neuobičajenim načinom i izričajem za znanstvenu i stručnu literaturu, autor niže sve bitne aspekte discipline u jedinstvenu nisku znanja i spoznaja, kojom najprije propituje, pa zatim vješto otvara nove horizonte u objašnjenju i stvaranju razumijevanja o pojmu strategije. Takav pristup, osim prethodne akumulacije relevantnog interdisciplinarnog znanja zahtijeva i hrabrost, stoga je ovaj rad uistinu avangardan iskorak koji zaslužuje pozornost kako nacionalne, tako i globalne znanstvene i stručne javnosti.

Djelo „*ILUZIJA STRATEGIJE*“ nov je izvor znanja i promišljanja o strategiji. U stvaralačkom smislu vrelo je nadahnuća za teoretičare i praktičare različitih usmjerenja i generacija, a bit će zasigurno i veliki izazov svima koji se odluče upustiti u avanturu otkrivanja zatomljene snage njenog sadržaja i ideja. Unatoč kompleksnosti prikazane materije, knjiga ima snažnu pragmatičnu komponentu i stoga će biti koristan suputnik i dobar navigator doktorandima i studentima poslijediplomskih studija koji odaberu ovu disciplinu. Iako opremljena kazalom pojmova, knjiga nije laka za čitanje: jezične novotvorevine, kao i brojni rijetko korišteni izrazi u poslovnoj i akademskoj terminologiji kojima obiluje, odaju pomalo mističan autorov pristup kojim je želio predočiti novu viziju i misiju strategije. Smjela koncepcija s tri originalne cjeline, zapisane kao koloplet povijestica, ne iznenađuje: ona odaje iskonskog znanstvenika, inovatora, kao i eksperta u disciplini koju je sposoban predočiti u drugačijoj dimenziji i filozofskoj orijentaciji, zazivajući time nov paradigmatički pomak u pristupu strategiji i strateškom menadžmentu. Ovom moćnom knjigom autor je upravo zasadio klicu te nove, potrebne i nedostajuće inicijative.