

ОРГАНИЗАЦИЈА КОЈА УЧИ – ПАРАДИГМА ЕГЗИСТЕНЦИЈЕ ПОСЛОВНИХ СУБЈЕКТА НОВЕ ЕКОНОМИЈЕ

Љиљана Дмитровић Шапоња

Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, Србија
ljiljanad@ef.uns.ac.rs

Горан Шијан

Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, Србија
gsijan@ef.uns.ac.rs

Саша Граворац

Служба за интерну ревизију, Србија
sasa.gravorac@subotica.rs

Чланак је излазан на V Интернационалном научном скупу „ЕконБиз: Трендови развоја и промене у новој економији земаља у транзицији“, Бијељина 22. и 23. јун 2017. године

Резиме: *Нова економија је условила промену досадашњег облика организације и егзистенције пословних субјеката, као и до значјних, готово тектонских промена улоге традиционалних фактора производње. Земља, рад и капитал и данас зумирају значајно место у процесу производње, али примат све више добијају нови фактори производње попут информација и нарочито знања. У таквом тржишном миљеу настала је нова парадигма организационог структурирања пословних субјеката, а која се заснива на знању као главној покретачкој снази. Организација која учи представља нови облик организације пословних субјеката која своју егзистенцију заснива на данас најзначајнијем ресурсу пословног субјекта, а то је знање. Стална имплементација иновација и њихово трансферисање у производне процесе и конкретне производе представља захтев који се перманентно поставља пред тржишне субјекте нове економије, а ту управо долази до изражаја код организације која учи. У раду ће бити наведене основне карактеристике организације која учи, знање као главни фактор конкурентности савремених пословних субјеката и пројекције могућности формирања и конструисања организација које уче на простору југоисточне Европе.*

Кључне ријечи: *интелектуални капитал, знање, фактори производње, иновације*

УВОДНА РАЗМАТРАЊА

Савремени тржишни амбијент суочен са интензивном конкуренцијом која утиче на пословну егзистенцију свих привредних субјеката намеће истима сталну тежњу за стварањем нових извора конкурентске предности, а која све више своју изворишну основу проналази у знању.

Управо знање постаје најважнији ресурс 21. века, који омогућава привредним субјектима који имају адекватно дефинисану стратегију управљања знањем значајне компаративне предности у односу на привредне субјекте који нису довољно овладали вештином улагања и управљања знањем.

У таквим околностима све више поборника трансформације традиционалне организације и профила привредних субјеката у један нови облик организације који у свом фокусу има знање, а тај нови продукт економске науке јесте организација која учи.

1. Знање – темељни фактор конкурентске предности

Фокус менаџмента савремених привредних субјеката лежи у сталној борби за знањем као темељним чиниоцем конкурентске предности. Опште је прихваћена констатација да знање у савременим тржишним околностима представља базну компоненту опстанка, раста и развоја привредних субјеката. Данас знање преузима улогу стратешког ресурса који је у директној пропорцији са конкурентском предношћу, што значи да са перманентним иновацијама и јачањем улоге знања у пословању привредни субјект јача своју тржишну позицију и ствара позитивну слику о својој репутацији.

Иако су постојали бројни покушаји систематизације знања, човек је тек у савременој цивилизацији успео да систематизује своја знања, а најбоља сведочанства високог нивоа систематизације знања јесу „две монументалне зграде кристализованог знања попут Еуклидове геометрије и Њутнове механике“ (Милачић, 1999, стр. 27).

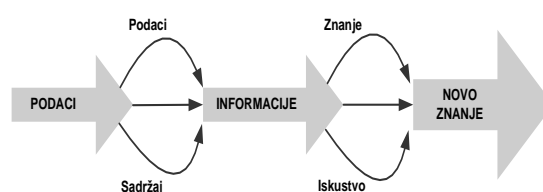
Централни део пословних итерација менаџмента у савременим привредним субјектима се односи на прикупљање информација, а што директно утиче на повећање захтева који се постављају пред запослене у погледу степена њихове едукације, услед чега запослени морају тежити све вишем нивоу специјализације. Нарочито, знање запослених долази до изражаја у погледу високог степена „економске писмености“ коју морају да поседују у идентификацији тржишних сигнала који директно одређују и утичу на тржишну егзистенцију привредних субјеката.

Знање није само најзначајнији фактор конкурентске предности сваког привредног субјекта, већ представља битан чинилац одређивања његове вредности. Опште је познато да се вредност једног привредног субјекта одређује управо садејством бројних фактора попут физичке имовине, финансијске имовине, интелектуалног капитала, културног капитала, затим од његове репутације и духовног капитала који поседује. Оно што разликује знање од осталих компоненти имовине привредног субјекта јесте да иако је знање кључни, односно темељни фактор конкурентске предности, оно није власништво привредног субјекта, већ је искључиво

власништво појединца, јер се знање може везивати само за сваку индивидуу понаособ.

Привредни субјект у процесу креирања знања мора инкорпорирати неколико битних корака који ће довести сублимацији нових знања битних за даље напредовање, а то подразумева прикупљање адекватних података, њихову трансформацију у информације и на крају креирање новог интелектуалног агрегата који ће бити најзначајнији стратешки инструментаријум у операционализацији конкурентске предности привредних субјеката. Најбоља илустрација овог исказа приказана је следећом сликом:

Слика 1. Подаци, информације, знање



Извор: Шијан, 2007, 21

Знање представља „неопипљиви, нематеријални ресурс“ који се за разлику од осталих ресурса нематеријалне природе може сакупљати, складиштити и преносити како сликом, текстом, тако и говором, што представља још једну његову специфичност у односу на све остале ресурсе ове природе. Такође, захваљујући развоју информационог технологија знањем се може све више управљати, услед чега се често констатује да је укупно знање привредног субјекта веће од знања који они стварно користе. Велики и значајно изражен проблем са којим се суочавају привредни субјекти се односи на очување базе знања услед флукуације запослених. Раније поменуте информационе технологије омогућавају у одређеној мери сакупљање експлицитног знања материјализованог кроз правила и искуства, али се знатно већи проблем ствара када је у питању сакупљање искуственог знања, јер су постојеће информационе технологије у овом погледу ограничене.

У функцији лакшег управљања знањем, неопходно је извршити класификацију знања према одређеним критеријумима. Најприхваћенији су критеријуми које је публикувао OECD према којима се знање може разврстати у следеће категорије: (OECD (2001),

The Well - being of Nations: The Role of Human and Social Capital, pp. 78): скуп чињеница или информација, тј. знати шта (know what), знање као узрок или основа која чини предметну област, тј. знати зашто (know why) које се односи на научно знање, затим знање као скуп специјалних вештина и способности да се нешто направи, тј. знати како (know how) и знања која идентификују индивидуалног носиоца – знати ко (know who).

Често се у научним расправама указује на знање као битан фактор конкурентске предности и извор креирања вредности привредних субјеката, али се не анализира директан утицај и реперкусије знања на конкурентску предност привредног субјекта. Најбољи приказ имплементације знања у погледу стварања вредности и њене трансформације у добит приказује Christopher Meuer истичући пет кључних особина неопходних да привредни субјект конкурише у остваривању добити користећи знање (Meuer, 1998, pp. 13): материјални резултат интелектуалног рада представља јавно знање, али сам стваралачки процес има више скривени карактер, јавна знања се брже и лакше шире у глобалним размерама, после преображаја у робу или услугу јавна знања снажно смањују вредност читаве базне инфраструктуре, неопходне за одржање конкурентске способности, сва знања стварају знања и умножавају се захваљујући њиховој примени, док се истовремено материјалне активе од коришћења само троше и смањују и брзи раст знања суштински отежава дуже очување лидерства у некој области, тако да глобална економија награђује не само креаторе, него и имитаторе који знају ефикасно да користе знања.

Знање које поседује један привредни субјект може се систематизовати у следеће три главне категорије знања, а које су представљене следећом табелом:

Табела 1. Преглед систематизованог знања привредног субјекта

ИНТЕРНО	ЕКСТЕРНО	ЗНАЊЕ ЗАПОСЛЕНИХ
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Култура, историја привредног субјекта ✓ Стратешк и правци на нивоу 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Потрошачи, тржишта, потребе, жеље, активности на тржишту ✓ Конкуренција, акти- 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Језик и позната културна искуства ✓ Занимања и остала искуства

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Привредног субјекта и на нивоу одељења ✓ Организације, партнери и остали формални односи, ✓ Интересне групе и остали неформални облици веза ✓ Појединци – ко је у чему експерт ✓ Процеси ✓ Производи, услуге ✓ Системи, алати ✓ Патенти, технологије ✓ Писана и неписана правила ✓ Како их пронаћи ✓ Како их употребити ✓ Како успети 	<ul style="list-style-type: none"> вности, тржиште, познате предности и слабости ✓ Закони и правила који имају утицаја на организацију ✓ Промене у технологији – познате и планиране ✓ Добављачи и промене – планиране и потенцијалне ✓ Глобалне промене 	<ul style="list-style-type: none"> запослених ✓ Обука и образовање ✓ Професионалне склоности и чланства у разним секцијама, клубовима, асоцијацијама итд.
--	---	--

Извор: Шијан, 2007, 25

Дата табела приказује три врсте систематизованог знања у оквиру сваког привредног субјекта, а које се може сегментирати у интерно, екстерно и знање запослених. У оквиру интерног знања идентификујемо културу и историју привредног субјекта, његове стратешке правце и сл., у домену екстерног знања учувамо конкуренцију, промене у технологијама, добављачима и сл., док у оквиру знања запослених разликујемо обуку и образовање, професионалне склоности, језик и сл.

На крају сублимирајући значај знања у пословању привредних субјеката и креирању њихове вредности и конкурентске предности можемо идентификовати три кључне вредности знања и то: дискретност знања која подвлачи да је оргинал скуп, а копија јефтина, доступност знања, тј. да ли знање има карактер јавног добра и информациони карактер који се не губи након потрошње.

2. Привредни субјект – корисник, али и „стваралац“ знања

Привредни субјекти на савременом тржишту нису ништа друго него „лабораторија за практичну имплементацију теоријских знања“. Кроз примену знања у привредним субјектима врши се његова трансформација из апстрактног у конкретан облик примењљив у свим сферама људског деловања и рада. Иако привредни субјекти стално теже ка имплементацији и трансформацији знања запослених у конкретне производе и учинке, ипак морамо бити свесни да је око 70 – 80 % знања запослених заправо скривено знање. Стога можемо рећи да је главни проблем савремених привредних субјеката управо процес трансформације знања у континуирани динамични процес и стално се тежи у привредним субјектима обухватити кроз развој савремених информационих технологија целокупно знање запослених.

Како би искористили све благодати које знање доноси у пословању, привредни субјекти морају тежити менаџерисању знањем, односно креирању проактивних мера за управљање знањем.

Процес управљања знањем се може сагледати у неколико кључних аспеката, а три су најзначајнија и то (Коска – Баље, 2015, 29):

- 1) **Еволуцијски** – сагледава вредности из прошлости, али и отвара врата будућности. Кључна компонента је жеља менаџера и запослених за напредовањем.
- 2) **Културолошки** – тежи ка радикалним променама свести, понашања, схватања, креативности и иновативности.
- 3) **Технолошки** – омогућава континуирану инкорпорацију нових технологија, бржи проток информација, линкове, базе података и сл.

Савремени концепт управљања знањем или енглески knowledge management унутар себе

укључује читав спектар активности попут прикупљања, организовања, складиштења и поделе знања у функцији остварења циљева привредног субјекта, као и адаптација привредног субјекта сталним динамичким процесима тржишног окружења. Централну улогу у управљању знањем има перманентна интеракција запослених и привредног субјекта. Кроз управљање знањем тежи се ка стварању претпоставки за искоришћавањем неопходних знања у право време, на правом месту и у смеру зацртаних циљева.

Добро коцнипиран менаџмент знањем у привредном субјекту треба да омогући креирање ланца знања који се састоји из следећих елемената:

Слика 2. Ланац знања



Извор: Коска – Баље, 2015, 33

Претходна слика 2 показује ланац знања који се ствара у привредном субјекту. Унутрашња свесност привредног субјекта односи се на фокусирање привредног субјекта на оно што се може урадити у будућности, односно на сопствену спознају привредног субјекта о свим његовим снагама и слабостима. Способност привредног субјекта да искористи своја знања у

циљу што брже и ефикасније инкорпорације у новокреирани производ или услугу и његов пласман на тржишту, а не да касне у адаптацији на тржишне услове подразумева унутрашњу реактивност. Спознаја окружења и тренутног тржишног положаја сопствених производа на тржишту и способност привредног субјекта да се фокусира на антиципацију будућих тржишних захтева односи се на спољашњу свесност. Када привредни субјект има способност ефикасног и брзог адаптивног преокрета у погледу задовољавања нових тржишних потреба, што је уједно и основа његове конкурентске предности можемо констатовати да има и способност спољашње реактивности. Привредни субјект који има имплементиране све четири категорије у систематизован систем управљања знањем креирао је потпун, односно целокупан ланац знања и стекао основу, односно базну егзистенцијалну основу за несметан тржишни раст и развој заснован на принципима економичности, продуктивности и рентабилности, односно на базном економском принципу максимума.

Значајну улогу у развоју и имплементацији знања у привредном субјекту и друштву уопште има саставни елемент сваког друштва - Универзитет. Универзитет је кључна истраживачка институција и авангарда свих нових сазнања и научно – техничких достигнућа и креатор „новог друштвеног прогреса“. Како би се унапредио трансфер знања из научне у привредну област неопходно је развити коеволуциони модел односа између привредних субјеката и Универзитета. Суштина овог коеволуционог модела јесте изградња феномена „креативне деструкције“ који подразумева успостављање стабилних и чврстих конекција између научне заједнице и привреде у целини. Како бисмо илусторвали коеволуциони модел ради лакшег разумевања приказаћемо га у виду следеће табеле:

Табела 2. Шематски приказ коеволуционог модела

Научна заједница - Универзитет	Привреда
➤ Знање	➤ Знање
➤ Нове идеје	➤ Искуство
➤ Нови модели	➤ Реални подаци
➤ Нови студенти	➤ Потребне клијената
➤ Будуће визије	➤ Стратешка визија

Извор: Милачић, 1999, 135

Дати коеволуциони модел приказан у претходној табели омогућава стварање партнерства између научне заједнице и привреде у целини, јер омогућава инкорпорацију теоријских знања у стварне привредне токове, утичући на трансфер знања из подручја апстракције у подручје конкретизације.

Табела 3. Приказ идеално постављеног односа привреде и научне заједнице - Универзитета

Функционални захтеви	Параметри пројектовања				
	ПП ₁ - Знање	ПП ₂ - Нове идеје	ПП ₃ - Нови модели	ПП ₄ Нови студенти	ПП ₅ - Будуће визије
ФЗ ₁ - Знање	X	0	0	0	0
ФЗ ₂ - Искуство	0	X	0	0	0
ФЗ ₃ - Реални подаци	0	0	X	0	0
ФЗ ₄ - Потребне клијената	0	0	0	X	0
ФЗ ₅ - Стратешка визија	0	0	0	0	X

Извор: По идеји аутора

Анализирајући табелу 3 уочавамо да она заправо своје утемељење има на коеволуционом моделу, односно да приказује идеалан однос привреде и универзитетске заједнице заснован на принципу партнерства и међусовне сарадње. Функционалне захтеве поставља привреда, а који се пред универзитетску заједницу постављају као параметри пројектовања. Дијагонала X – ева показује да је дата матрица у идеалној позицији, јер знање у привреди допрноси развоју нових сазнања на Универзитету, искуство које се стиче у привреди омогућава креирање нових идеја у оквиру универзитетске заједнице, реални подаци из привреде се трансформишу у нове научне моделе, потребе клијената продукују захтеве за студентима који ће се образовати на новим студијским програмима прилагођеним новим тржишним захтевима и стратешка визија привреде узрокује настанак будућих визија развоја целокупне друштвене заједнице, укључујући привреду и укупну академску јавност.

3. Организација која учи као нови вид егзистенције привредних субјеката

Термин „организација која учи“ је реалитивно нов појам у економској литератури који је произашао из нове парадигме друштва засног на знању. Знање, које постаје главни покретач стварања нове вредности у друшту трасирало је нове развојне трендове. Као резултат тих токова појављује се све више организација која учи фокусирајући свој развојни потенцијал на константом стручном усавршавању и напредовању својих запослених. Кључни интерес менаџмента у датој организационој структури је перманентни развој интелектуалног агрегата, јер су људски ресурси управо најкреативнији елемент организације и латентни ствараоци њене вредности.

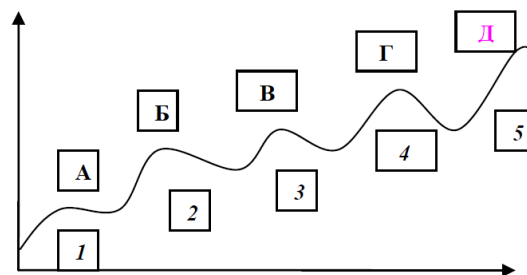
Трансмисиони механизам трансформације класичне организационе структуре ка новој на знању заснованој организационој структури захтевао је констелацију одређених друштвених фактора, а који се огледају у следећем (http://www.link-elearning.com/lekcija-Organizacija-koja-u%C4%8Di_1411):

- ✓ Успостављање систематског размишљања као доминантог обележја интелектуалне активности у друштву, а нарочито у пословном свету, који подразумева сагледавање пословне организације као функционалне целине.
- ✓ Личне способности и вештине које подразумевају способност непрекидног учења запослених и отвореност ка стицању нових сазнања.
- ✓ Креирање нових менталних модела у друштву које се односе на елиминисање старих навика и начина размишљања, а које стварају предрасуде ка свему што је ново, спречавајући свеопшти прогрес.
- ✓ Креирање друштвених вредности заснованих на дистрибуцији визије која тежи стварању „новог друштва“ жељног будућности.
- ✓ Перманентна тежња ка тимском учењу које се заснива на непрекидном систему заједничког учења и рада, успостављајући каузалитет између тимског рада и друштвеног развоја.

Стварање концепта организације која учи је превазишло бројне теоретско – практичне препреке како би се кристализовала данашња

визија савремене организације која учи. Стварање датог менаџерског концепта најбоље илуструје следећи функционални приказ:

Слика 3. Сегментисање трендова развоја менаџерских концепата у последњим декадама 20. века



Извор: Милачић, 1999, 148

Легенда:

Ознака	Тумачење
1	Машинска ефикасност
2	Организација код друштвених система
3	Корпоративни раст
4	Квалитет, континуално унапређење и извршност
5	Организација као мозаик
А	Научни менаџмент
Б	Поставити људе прво
В	Стратешка конкурентност
Г	„Јапанске“ технике
Д	Организација која учи

Посматрајући слику број 3 можемо идентификовати главне развојне трендове у менаџерским концептима. Уколико апсциса представља основне карактеристике менаџерских концепата уочавамо неколико циклуса попут машинске ефикасности, корпоративног раста и организације као мозаика. Главна тела у развојним менаџерским циклусима који су у координатном систему представљени ординатом су менаџмент системизован на научном концепту, стратешку конкурентност, „јапански“ менаџмент и круну развојних трендова главних тела менаџерских концепата представља организација која учи илуструјући актуелни највиши ниво организације менаџерских акција.

Егзистенција организације која учи у стварном пословном свету захтева креирање одговарајућег амбијенталног простора за њено функционисање, а који се односи на перманентну тежњу ка креирању организације способне за адаптацију на актуелну тржишну ситуацију, а које захтева имплементацију два основна типа учења и то „адаптивно или једнокружно учење“ које од запослених очекује коришћење постојећих техника и метода, односно на креирање одговора на питање „да ли ствари радимо добро?“ и „генеричко или двокружно учење“ подразумева стално преиспитивање актуелних захтева посла, стандарда и циљева или конституисање одговора на питање „да ли радимо праве ствари?“

Принципијелни оквир на којем се базира организација која учи укључује следећих пет конституената (<https://www.biznis-akademija.com/5-principa-organizacije-koja-uci>):

- ✓ **Системско мишљење** – захтева да сви запослени у организацију у потпуности разумеју посао који обављају и ефекте њиховог посла, као и бенефите које њихов посао доноси по целокупно пословање организације и мишљење стејкхолдера о продуктивном деловању организације.
- ✓ **Принцип јасне визије организације** – захтева да запослени понаособ имају јасан поглед на визију и мисију деловања организације, као и свест о њиховом утицају на остваривање дефинисаних пословних циљева организације.
- ✓ **Принцип промене менталног модела** – запослени нису више обични рутински радници, већ добијају статус креативних носилаца посла, јачујући значај индивидуалне кретивности сваког запосленог у решавању проблема у пословним активностима са којима се сусрећу.
- ✓ **Принцип тимског учења** – за разлику од досадашње доминантне парадигме која је подразумевала да запослени раде „једни поред других“, концепт нове организације захтева да запослени раде заједнички, тимски решавајући проблеме и тежећи њиховом позитивном решавању. Приступајући на овај начин послу развија се колективна снага која омогућава ефикасније, ефективније и економичније решавање проблема проистеклих из пословне делатности.
- ✓ **Принцип персоналног утицаја** – подразумева да запослени јасно и

недвосмислено разумеју сврху и природу свог посла, а што омогућава креативно вођење и имплементацију промена у пословну активност организације, а чему проактивно доприносе засполени који јасно разумеју њихову улогу у организацији, не пружајући отпор и не конфронтирајући се променама.

Из свега наведеног можемо закључити да је „организација која учи“, „организација која зна“ или „учећа организација“ како се често означава овај тип организације, она врста пословних субјеката која јасно „зна“ како се води тржишна утакмица, наглашавајући централну улогу интелектуалног капитала као носиоца конкурентске предности организације. То захтева значајну способност менаџмента у максималној економској валоризацији расположивих ресурса и њиховом бољем ефектуирању на укупне пословне резултате предузећа. Ово је пледирало трансформацију савременх пословних субјеката из капитално интензивне области ка интелектуално интензивној пословној делатности, дајући примарну улогу у креирању вредности неопипљивој у односу на опипљиву имовину. У домицилним пословним условима погрешно се интерпертира да је интелектуални капитал искључиво привилегија великих пословних система и да постоји директна корелациона веза између интелектуалног капитала и обима инвестиција у активности истраживања и развоја, што је сасвим погрешан концепт, јер нам пословна пракса показује да постоје бројни пословни субјекти мањег обима који своје пословање базирају на знању. Проблем у трансформацији из класичне у интелектуално интензивну организације јесте директно везан за способност менаџмента и његове управљачке вештине да препозна бенефите које доноси имплементација интелектуалног капитала у пословање, јер како се то често каже ново дигитално пословање захтева нове „дигиталне менаџере“ способне да својим концептуалним системом преознају и одговоре на актуелне тржишне трендове. Међутим, неопходно је подвући чињеницу да уколико менаџмент организације уочене тржишно – компаративне предности не идентификује и не ефектуира, то једноставно значи да није успео да пронађе форму и одговори на нове тржишне изазове, без обзира да ли се ради о класичном или „дигиталном“ менаџменту.

Закључујући расправу о „организацији која учи“ неопходно је истаћи потребу реинжењеринга постојећих пословних процеса, а који треба да допринесу постизању комплетног побољшања пословања

организација, а што се постиже кроз константно унапређење нивоа квалитета кључних перформанси. Заправо реинжењеринг пословних процеса није ништа друго него радикални редизајн производних система, пословних процеса, рада и организације кроз спектар импозантних унапређења пословних перформанси у круцијалним сегментима пословања попут цене, квалитета, услуга, брзине тржишног прилагођавања и модификовања пословних процеса кроз непрекидну адаптацију турбулентним тржишним околностима.

ЗАКЉУЧАК

Интензивирањем друштвено – економског развоја и општим техничко – технолошким прогресом степен променљивости тенденција развоја савременог друштва кренуо је геометријском прогресијом. Сва општеприхваћена правила и норме које су донеддавно важиле претрпеле су значајне измене, које су се највише реперкутовале у области економије трансформишући целокупан до тада етаблиран производно – пословни систем. У том новом пословном озрачју примарни фактор производње постаје знање, које нарушава доминацију традиционалних фактора производње попут рада, капитала и земље.

Знање постаје кључни фактор креирања нове вредности и заузима централно место у новој економији, која се често због апсолутне доминације знања у свим сегментима друштвених токова, а нарочито у процесу производње идентификује као економија знања. Колики је значај знања у продуковању нових развојних трендова и стварању основе за свеопшти прогрес друштва увиделе су и древне цивилизације о чему најбоље сведочи стари латински цитат „Sapiens homo omnia sea secum portat“ наглашавајући знање као најмоћније оружје друштвеног напретка, а у савременом пословном систему темељног чиниоца опстанка, раста и развоја организације обезбеђујући њену трајну конкурентску предност.

Растом значаја и улоге знања дошло је до трансформације класичних организационих структура које су резултирале у креирању нове економске категорије – „организације која учи“ која добија примат у организацији пословних система, управо због њених главних особености које се огледају у следећим круцијалним беневитима за организацију попут доминације у тржишној утакмици, континуираном расту и унапређењу пословања и по основу тога оствареног пословног

резултата, високим степеном задовољавања потреба купаца и свеопштем задовољству запослених који постају темељни фактор опстанка, раста и развоја организације постајући њена „креативна снага“. Улога знања је кроз историју била стална тема бројних расправа, да би у данашње време знање добило своју праву валоризацију, а чувени немачки филозоф Ниче је својом изреком „Знање је отров који у великим количинама лечи, а у малим убија“ пророчански указао на улогу коју ће знање у савременом свету попримити, постајући кључна покретачка снага свеопштег напретка.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дмитровић Шапоња, Љ. (2013). *Интелектуални капитал у функцији објективнијег финансијског извештавања*. Зборник радова 17. конгреса Савеза рачуновођа и ревизора Републике Српске. Бања Врућица, 19 – 21. септембар 2013. године.
- [2] Коска – Баље, Д. (2015). *Утицај људског капитала на стварање одрживе конкурентске предности у пословању савремених организација*. Необјављена докторска дисертација. Сремска Каменица: Универзитет Едуконс.
- [3] Крсмановић, Б., Крсмановић, М. (2016). *Парадигме економије засновне на знању*. Нови економист – часопис за економску теорију и праксу бр. 19. Бијељина: Универзитет у Источном Сарајеву, Факултет пословне економије.
- [4] Милачић, В. (1999). *Интелектуални капитал – апологије људског духа*. Београд: Европски центар за мир и развој, Универзитет за мир Уједињених нација.
- [5] Meyer, C. (1998), *Relentless Growth*, New York.
- [6] OECD (2001), *The Well - being of Nations: The Role of Human and Social Capital*.
- [7] Шијан, Г. (2007). *Интелектуални ресурси и њихова квантификација у интелектуални капитал – изазов за рачуноводствено извештавање*. Необјављен магистарски рад. Суботица: Економски факултет.
- [8] Званична интернет презентација Линк е – леарнинг: http://www.link-elearning.com/lekcija-Organizacija-koja-uc%C4%8Di_1411, датум приступа: 12.04.2017. године.
- [9] Званична интернет презентација Бизнис академије: <https://www.biznis-akademija.com/5-principa-organizacije-kojaci>, датум приступа: 13.04.2017. године