

ISBN: 978-99955-45-26-0
УДК: 330.341:005.5

Датум пријема рада: 08.05.2018.
Датум прихватања рада: 05.06.2018.

Прегледни научни рад

ИНТЕЛЕКТУАЛНИ КАПИТАЛ КАО КЉУЧНА ДЕТЕРМИНАНТА КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ ДОМИЦИЛНЕ ПРИВРЕДЕ

INTELLECTUAL CAPITAL AS A KEY DETERMINANT OF THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE DOMICILE ECONOMY

Богдан Лабан

Град Суботица, Србија
mayor@subotica.rs

Саша Граворац

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

Горан Шијан

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

***Апстракт:** Интелектуални капитал представља један од најзначајнијих развојних ресурса, који представља битну претпоставку развоја како микроекономских субјеката, тако и макро нивоа оличеног у држави. У сфери све интензивније тржишне конкуренције и све израженије снажне тржишне борбе, један од главних инструмената постизања конкурентске предности јесте управо интелектуални капитал за који се често каже да представља „термонуклеарно компетитивно оружје данашњице“. Микроекономски субјекти, а посредно путем њих и макро ниво, у интелектуалном капиталу проналазе неисцрпни извор стварања конкурентске предности и добру полазну позицију за немилосрдну тржишну утакмицу. У раду ће бити представљене основне карактеристике интелектуалног капитала и његова природа, биће изнети основни концепти за мерење интелектуалног капитала, истакнут значај интелектуалног капитала у стварању конкурентске предности и указан значај континуираног развоја овог за предузеће и државу битног агрегата интелектуалне природе..*

***Кључне речи:** Интелектуални капитал, мерење интелектуалног капитала, конкурентска предност, међународна тржишна позиција*

***Abstract:** Intellectual capital is one of the most important development resources, which is an essential precondition for the development of both microeconomic entities*

and the macro level embodied in the state. In the sphere of increasingly intense market competition and increasingly strong market struggles, one of the main instruments of achieving competitive advantage is precisely the intellectual capital that is often said to constitute a "thermonuclear competitive weapon of today." Microeconomic subjects, and indirectly through them and the macro level, in intellectual capital find an inexhaustible source of competitive advantage and a good starting point for a ruthless market game. The paper will present the basic characteristics of intellectual capital and its nature, will present basic concepts for measuring intellectual capital, emphasize the importance of intellectual capital in creating competitive advantage, and emphasizes the importance of continuous development of this for the enterprise and the state of an essential intellectually-minded aggregate.

Key Words: *Intellectual capital, intellectual capital measurement, competitive advantage, international market position*

УВОД

Савремену тржишну привреду одликује све израженија конкуренција и перманентна борба за унапређењем тржишне позиције пословних субјеката као кључног фактора њиховог континуираног развоја и даљег унапређења њихове тржишне изузетности. Свакако да значајно место у унапређењу тржишне позиције припада интелектуалном капиталу, као битној претпоставци стварања тржишне предности пословних субјеката. Захваљујући новим тржишним трендовима, можемо слободно рећи да интелектуални капитал представља *conditio sine qua non* стабилне и тржишно проактивне позиције пословних субјеката. Уколико жели да обезбеди стабилан и континуиран тржишни развој савремени пословни субјект мора своја улагања фокусирати у правцу едукације и усавршавања запослених који представљају темељ њиховог будућег развоја и тржишне конкурентности. Запослени са својим стручним компетенцијама представљају најзначајнији ресурс сваког пословног субјекта појединачно. Знање посебно данас добија своје адекватно место, јер живимо у сфери "економије знања" у коме се вредност једног пословног субјекта валоризује кроз интелектуалне ресурсе са којима располаже. Начин креирања вредности савремених пословних субјеката се значајно променио, јер су се променили тржишни услови у смислу веће тржишне либерализације, све већа и израженија конкуренција и значјније улоге информационо - комуникационе технологије. Управо наведене околности наводе менаџмент пословних субјеката да у својој стратешко - развојној концепцији делује у правцу стварања како вредности за потрошаче, тако и вредности за друштвену заједницу.

1. Интелектуални капитал и знање као витални тржишни ресурси предузећа

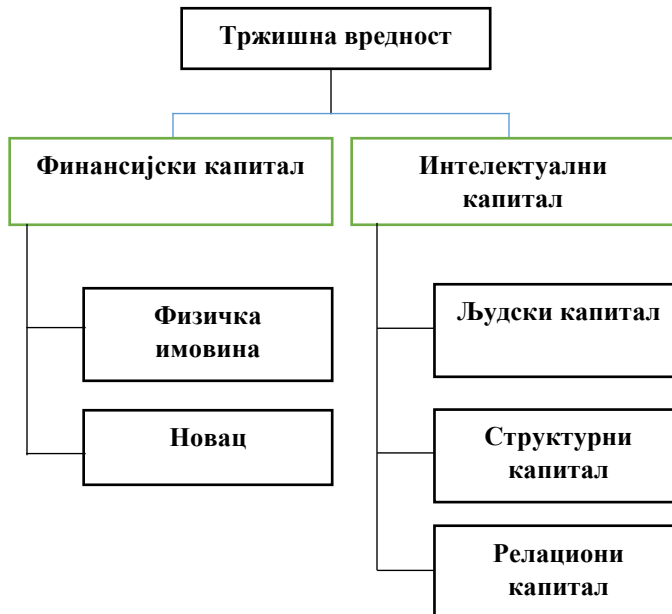
Када говоримо о интелектуалном капиталу нужно је указати да се први пут овај термин употребљава у економском смислу 1958. године када је у финансијским извештајима вршена анализа тржишне вредности и то оних предузећа чија се

тржишна вредност заснивала углавном на знању. Од тада до данас интелектуални капитал је све више добијао на значају.

По својој природи интелектуални капитал представља "неопипљиви" ресурс пословног субјекта који подразумева синтезу способности, знања, стручности, свих потенцијала и вештина којима пословни субјект располаже.

Саставни или интегративни елементи интелектуалног капитала када се посматра конкретан пословни субјект су како сви запослени, тако и њихова организација и способност стварања вредности коју тржиште валоризује. Томе најбоље сведочи чињеница да се у данашњим савременим пословним условима тржишна вредност предузећа темељи не само на финансијском капиталу, већ значајно, а слободно би се могло рећи и доминантно место у одређивању тржишне вредности предузећа поприма интелектуални капитал са свим својим особеностима, а што можемо приказати и следећом сликом:

Слика 1 Тржишна вредност пословног субјекта



Извор: Правдић, Кучинар, 2015, стр. 14

Анализирајући слику број 1 можемо закључити да је тржишна вредност пословних субјеката одређена са једне стране финансијским капиталом који се испољава кроз два облика и то у виду физичке имовине и новчаних средстава, као и кроз интелектуални капитал који је састављен из људског капитала (професионално искуство, образовање менаџмента, предузетништво, лидерство и сл.), структурног капитала (интелектуална својина, менаџмент филозофија и сл.) и релационог капитала (клијенти, марке, уговори и сл.).

У многим пословним субјектима знање и његов основни појавни облик - интелектуални капитал није добио адекватно место у финансијским извештајима, те се из тог разлога управљању овим битним и за пословни субјект круцијалним ресурсом посвећује недовољна пажња. Нажалост, таква предузећа још увек нису увидела бројне бенефите које могу остварити по основу интелектуалног капитала и његовог ефикасног коришћења.

Уколико посматрамо економски раст и развој кроз историјску димензију можемо уочити да је знање имало доминантну улогу у стварању конкурентске предности и знања у организацији, али данас, захваљујући све интензивнијем техничко - технолошком прогресу знање постаје круцијални, односно примарни фактор стварања вредности у сваком пословном субјекту понаособ, па и на нивоу целокупне друштвене заједнице. Техничко - технолошка револуција која је иманентна савременом друштвеном окружењу у коме живимо значајно је мултипликовала улогу коју знање има у стварању вредности, креирајући једно ново, савремено тржишно окружење кроз одговарајући облик економије - економију знања.

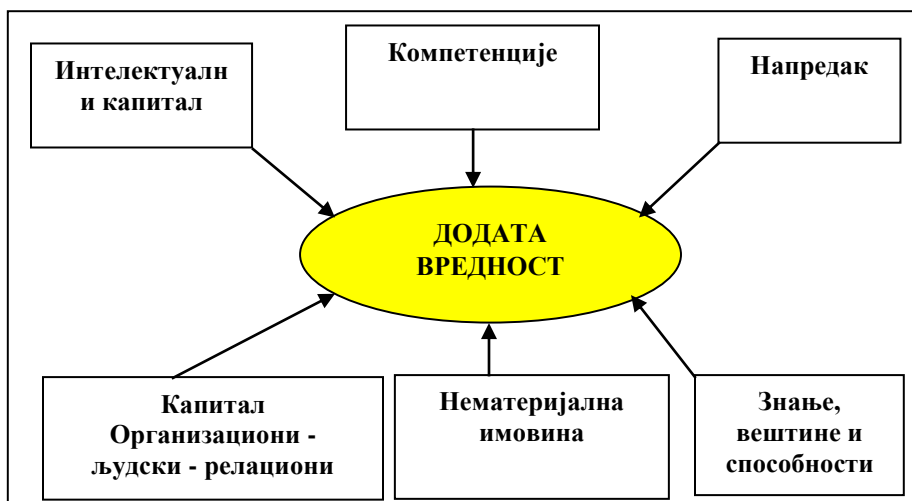
Неопипљиви производи са све већим учешћем знања у њиховом стварању постају битно обележје савременог економског амбијента, тако да се нови концепт тржишне стратегије предузећа одликује количином знања на којем се базира предузеће, како имплементира то знање у своју тржишну стратегију и какве су способности предузећа да научи нешто ново.

Када посматрамо знање као ресурс предузећа важно је напоменути да оно треба да обезбеди за предузеће следеће користи (Santosus, Surmacz, 2001): иновативност/охрабривање слободног изражавања идеја, побољшање услуга које се пружају потрошачима, повећање прихода путем бољег пласмана производа и услуга на тржишту, смањење флукуације радника кроз препознавање вредности знања запослених и њиховом награђивању за активности везане за управљање знањем и побољшање радних операција и смањивање трошкова путем елиминисања редундантности или нежељених процеса.

Уважавајући горе наведено можемо закључити да следећи фактори идентификују значај који интелектуални капитал има за континуирани развој предузећа у савременим условима (Mačerinškiene, Survilaitė, 2011): промене у правном окружењу (новодонети закони штите интелектуалну својину, лиценце, ауторска права и остало), ширење интернета и информационих технологија (интернет данас обезбеђује скоро тренутно ширење информација и информација постаје чинилац који је данас вреднији од материјалне имовине) и ефекти интелектуалног капитала (интелектуални капитал доприноси повећању профитабилности организације кроз развој нових учинака, процеса, организационих форми).

Посебно значајна улога интелектуалног капитала се огледа у обезбеђењу стварања додате вредности за предузеће, а што се може представити следећом сликом:

Слика 2. Утицај интелектуалног капитала на стварање додате вредности предузећа



Извор: Маџеринскиене, Survilaite, 2011, стр. 563

Слика број 2 показује утицај интелектуалног капитала на стварање додате вредности у предузећу. Уочавамо да се додата вредност у предузећу ствара кроз садејство низа фактора попут компетенција, напретка, знања, вештина, способности и сл. Свакако оно што се може извући као доминантни закључак јесте да у основи свих ових фактора интелектуални капитал постаје примарни и најзначајнији фактор стварања додате вредности у предузећу, као темељног чиниоца конкурентске предности у савременом, више него турбулентном пословном окружењу.

2. Конкурентска предност - кључни фактор тржишне егзистенције у глобалној економији

Остваривање конкурентске предности предузећа представља један од најважнијих задатака који се постављају пред менаџмент пословног субјекта. У условима глобалне тржишне утакмице која одише све интензивнијом конкуренцијом, остваривање конкурентске предности представља све тежи и сложенији задатак. Конкурентска предност није ништа друго већ остваривање профита изнад просечног профита који се остварује у привредној грани у којој предузеће остварује своју делатност. Предузећа кроз постављање и конципирање својих пословних стратегија теже ка остваривању управо конкурентске предности како би обезбедила свој тржишни опстанак и континуирани развој. Чувени економски теоретичар са Универзитета на Харварду уочава два основна елемента конкурентске предности и то: предност цене и предност разликовања. Први вид конкурентске предности се остварује кроз способност предузећа да пружи исте производе и услуге као и њихова

конкуренција, али по знатно нижој цени. Са друге стране, уколико предузеће има способност да понуди одређене производе и услуге клијентима, који превазилазе производе и услуге које су пружила друга предузећа ради се о предности разликовања.

"Конкурентска предност пословног субјекта произилази из његове снаге да креира вредност за своје купце која надмашује трошкове које је пословни субјект имао у процесу креирања те вредности. Што је разлика између креиране вредности и трошкова насталих у креирању те вредности већа, боља је и конкурентска позиција датог пословног субјекта. Да би се овај циљ реализовао у адекватном правцу неопходно је да производи и услуге које пословни субјект производи буду у потпуности прилагођени захтевима и потребама купаца, као и да стално истражује и прати промене захтева купаца (потрошача) и да им се благовремено прилагођава кроз производњу производа према њиховим потребама, као и да овај посао обавља боље од своје конкуренције." (Дмитровић Шапоња, Граворац, 2014, стр. 370) Када говоримо о конкурентској предности предузећа треба указати на модел који је развио проф. Портер који се темељи на тези да дугорочна профитабилност индустрије, као и предузећа унутар дате индустрије темељи на следећих пет конкурентских сила (Типурић, стр. 2): (1) јачини супарништва између предузећа која делују унутар посматране индустрије, (2) постојању предузећа која су спремна ући на тржиште, уколико профитабилност индустрије буде довољно велика (опасност од потенцијалних конкурената - придошлица), (3) преласку купаца на заменске производе уколико ови задобију њихову преференцију избора (опасност од супститута), (4) преговарачкој моћи купаца и (5) преговарачкој моћи добављача. Ових пет сила представљају доминантне факторе који делују у правцу одређивања конкурентске предности предузећа.

"Када пословни субјект постигне добру тржишну позицију и по основу тога оствари значајну конкурентску предност, неопходно је да стално буде спреман да унапређује и прилагођава своју производњу и услуге захтевима потрошача, будући да конкурентска предност није трајна категорија, која када се једном постигне важи заувек. Наиме, пословни субјект непрекидно треба да унапређује своју ефективност и ефикасност у функцији одржавања и очувања конкурентске позиције. Да би се очувала конкурентска предност неопходно је узети у обзир деловање следећег низа фактора: суштину конкуренције чини посредовање финансијским, материјалним и информационим ресурсима, а која се базира на знању и вештини да се иновира и очува дистинктивност стечених предности; затим избор адекватног тржишта и производа на којима ће пословни субјект на најприхватљивији начин капитализовати своје конкурентске предности, као и избор конкурената у правцу сучељавања са оним супарницима – понуђачима над којима имамо велику шансу да пред очима потрошача демонстрирамо наше предности и у том правцу придобијемо наклоност потрошача" (Дмитровић Шапоња, Граворац, 2014, стр. 371) У средишту разматрања овог рада је улога и значај који интелектуални капитал има за остварење конкурентске предности једне земље у глобалној економској утакмици. Да бисмо говорили о значају који интелектуални капитал има у глобалној тржишној утакмици, неопходно би било анализирати услове за остварење конкурентске предности на нивоу

појединачних предузећа, јер привреда једне земље није ништа друго до збир свих микроекономских тржишних субјеката. Кроз остваривање њихове конкурентске предности у глобалној тржишној утакмици остварује се и конкурентност привреде једне земље у глобалним тржишним оквирима. У наставку ћемо приказати најконкурентније земље на свету, као и најпрепознатљивије светске брендове са њиховим вредностима.

Табела 1. Топ 10 најконкурентнијих земаља света у 2017. години

Рб	Назив земље
1.	Швајцарска
2.	Сједињене Америчке Државе
3.	Сингапур
4.	Холандија
5.	Немачка
6.	Хонг Конг
7.	Шведска
8.	Велика Британија
9.	Јапан
10.	Финска

Извор: <http://www.ictbusiness.info/poslovanje/infografika-top-10-najkonkurentnijih-zemalja-svijeta> (датум приступа: 29.04.2018. године)

Табела 1 нам показује 10 земаља које су оствариле најзначајнију конкурентску предност током 2017. године. Најконкурентнија земља на свету јесте Швајцарска, а иза ње су Сједињене Америчке Државе, док су Јапан, односно Финска заузели девето, односно десето место у светским оквирима конкурентности. Поред конкурентске позиције земље, важно место у анализи конкурентности припада и најпрепознатљивијим и тржишно најконкурентнијим брендovima који су у 2017. години били:

Табела 2. Топ 10 брендова у свету у 2017. години

Рб	Назив компаније	Вредност бренда
1.	Apple	170 милијарди долара
2.	Google	101,8 милијарди долара
3.	Microsoft	87 милијарди долара
4.	Facebook	73,5 милијарди долара
5.	Coca - Cola	56,4 милијарди долара
6.	Amazon	54,1 милијарди долара
7.	Disney	43,9 милијарди долара
8.	Toyota	41,1 милијарда долара
9.	McDonald's	40,3 милијарди долара
10.	Samsung	38,2 милијарди долара

Извор: <http://gdeinvestirati.com/2017/06/05/forbes-top-100-najvrednijih-brendova-u-2017/> (датум приступа: 29.04.2018. године)

Најпрепознатљивији и тржишно највреднији бренд јесте амерички "Apple" чија се вредност процењује на 170 милијарди долара, друго место припада "Google" - у чији се бренд процењује на 101,8 милијарди долара, а на трећем месту је "Microsoft" који поседује бренд у вредности од 87 милијарди долара. Оно што можемо закључити анализирајући ову табелу да свакако доминантно учешће у најпрепознатљивијим и тржишно најконкурентнијим брендovima припада америчким брендovima, а када се посматра укупна глобална конкурентност доминантно место припада Швајцарској.

3. Конкурентност домицилне привреде кроз призму интелектуалног капитала

Када посматрамо развој савременог друштва можемо констатовати да у његовом напретку све доминантнију улогу има интелектуални капитал који представља један од најзначајнијих, односно кључних фактора егзистенције савремене тржишне привреде. Место које је некада имао финансијски капитал и физички рад данас је заузео интелектуални капитал. У таквим околностима долази и до развоја националног интелектуалног капитала који унутар себе укључује четири кључна подручја и то (Сундаћ, 2015, стр. 118): људски капитал, кориснички капитал, процесни капитал и капитал обнове и развоја.

Доказ да је знање, односно интелектуални капитал кључни фактор развоја савремених држава најбоље сведоче бројни примери где су изразито природно сиромашне државе, са високо образованим становништвом постигле изузетно високу стопу БДП - а по глави становника. У таквим околностима се образовање сматра једним од кључних показатеља достигнутог друштвено - економског развоја земље. Фокусирање ка дугорочно одрживом развоју националне привреде није могуће без ефикасне употребе капитала обнове и развоја као конституента националног интелектуалног капитала. Основни правци улагања који доводе до повећања дате компоненте интелектуалног капитала јесу улагање у образовање и науку, као и истраживање и развој који теже резултатима новим, иновативним производима и услугама. То нам све указује да се интелектуални капитал када се посматра у оквирима националне привреде може сместити на четири места и то људе, односе, системе и процесе који су међусобно у сталној интеракцији, односно не могу егзистирати и посматрати се искључиво изоловано.

Претходно анализирана табела 1 најбоље сведочи о овој чињеници. Наиме, оне државе које су највише улагале у знање и развиле на јасним основама конципиран систем образовања, оствариле су и највећу конкурентску предност, а о чему најбоље сведочи пример Швајцарске, која иако природно сиромашна, остварује високу конкурентност управо због адекватног улагања у интелектуални капитал. Савремене државе уколико желе да подигну сопствени ниво конкурентности треба да теже стварању друштвеног амбијента у коме ће знање добити адекватно место и улогу. Круцијално питање које се данас поставља огледа се сталној тежњи за растом знања (како постићи то да знамо више од других, односно како ефикасније користити расположива знања у правцу стварања додатне вредности. Када говоримо о знању морамо водити

рачуна да се не могу поставити границе знања, као и да савремена информациона технологија значајно доприноси расту знања. Некада се знање тешко преносило и било је тешко ширити знања, а данас захваљујући развоју савремене комуникационе технологије није могуће задржати монопол над знањем, већ се оно шири незадрживо. Управо захваљујући таквим околностима данашње привреде теже ка неопипљивости. Како би се повећао степен конкурентности домаће привреде и постигао већи ниво друштвено - економског, а пре свега економског развоја, неопходно је имплементирати одреднице промовисане у стратерији "Европа 2020", а међу кључне факторе развоја сврставају се (Еуропе 2020: *A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>): стварање вредности од раста заснованог на знању, што подразумева развој иновација производа и процеса, као и коришћење потенцијала образовања, истраживања и дигиталне економије, оспособљавање људи стицањем нових вештина, подстицањем креативности и иновација, развојем предузетништва и глатком транзицијом - прилагодљивошћу код промене радног места и стварање конкурентне, повезане и зеленије економије повећањем продуктивности и ефикаснијим коришћењем необновљивих извора енергије. У основи тежећи ка све већој конкурентности домаће привреде неопходно је значајно унапредити пословање домаћих привредних субјеката кроз изградњу пословања заснованог на имплементацији менаџмент квалитета. Са друге стране знање мора да постане основни стратешко - развојни ресурс на којима домаћа предузећа темеље своју конкурентност. Треба схватити да данашње организације треба трансформисати ка организацијама заснованим на знању, односно учећим организацијама. Да би се то постигло неопходно је изградити такве друштвено - економске односе који ће подстицати климу знања и успеха заснованог на знању, уз адекватан образовно - научни систем.

ЗАКЉУЧАК

Анализирајући горе наведене чињенице можемо закључити да данас знање, односно интелектуални капитал представља најзначајнији развојни ресурс како за предузећа, тако и друштва у целини. Проактивна улога државе у остваривању конкурентске предности остварује се пре свега у стварању друштвеног амбијента у коме знање добија адекватну улогу, јер је то битна претпоставка развоја националне привреде и раста њене тржишне конкурентности. Дугорочни одрживи развој је немогуће постићи без економије која је темељена на знању, односно стварању и развоју организација које уче. То захтева нову реиндустријализацију, али ону која ће свој развој темељити на модерним и технолошко напредним, на знању заснованим индустријама. Таква стратегија треба да омогући стварање нове софистицираније домицилне индустрије. Свакако да без дефинисања јасних стратешких праваца заснованих на развоју економије знања нема повратка домицилне привреде на адекватно место у глобалној тржишној економији, а самим тим заузимања оног места које Србији припада у глобалној подели рада и по основу тога профита. Зато можемо констатовати да је знање једнако конкурентности, односно нема конкурентности без знања.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дмитровић Шапоња Љ., Гварац С. (2014). Рачуноводствени информациони систем као извор конкурентске предности пословног субјекта. *Анали Економског факултета у Суботици*, 50, 31/2014, 365 - 384.
- [2] Mačerinskiene, I; Survilaite, S. (2011): Intellectual Capital as the Main Factor of Companies Value Added. *Intellectual Economics, Internat Mykolas Romeris University, Lithuanian Academy of Sciences and University of Wroclaw, Vol. 5, No. 4*, p. 563-564.
- [3] Правдић, П., Кучинар, Р. (2015). Значај управљања интелектуалним капиталом. *Трендови у пословању*, 5, 1/2015, 11 - 18.
- [4] Santosus, M; Surmacz, J; (2001): The ABCs of Knowledge Management. *СІО Magazine*.
- [5] Сундаћ, Д., Фатур И. (2004). Интелектуални капитал - чимбеник стварања конкурентских предности логистичког предузећа. *Економски преглед*, 55 (1 - 2), 85 - 96.
- [6] Сундаћ Д., Бабић М. (2015). Интелектуални капитал у функцији развоја националног gospodarства. *Зборник радова "Просторно планирање као чимбеник развоја у жупанијама"*, 117 - 124.
- [7] Тодоровић Ј. (2003). *Стратегијски и оперативни менаџмент*. Београд: Conzit
- [8] *A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
- [9] http://www.ictbusiness.info/poslovanje/infografika-top-10_najkonkurentnijih-zemalja-svijeta
- [10] <http://gdeinvestirati.com/2017/06/05/forbes-top-100-najvrednijih-brendova-u-2017/>
- [11] <http://gmbusiness.biz/2015/02/12/intelektualni-kapital-put-u-zemlju-neopipljivosti/>

SUMMARY

Intellectual capital certainly belongs to a significant place in creating the market advantage of companies and improving the market position. Employees with their professional competences represent the most important resource of each company. Knowledge is today's gaining an adequate place, because we live in the sphere of "knowledge economy" in which the value of one company valorizes through the intellectual resources it has at its disposal. Intellectual capital represents an "intangible" resource of a company that implies the synthesis of the abilities, knowledge, expertise, all potentials and skills. The particularly important role of intellectual capital is reflected in ensuring the creation of added value for the enterprise. Achieving the competitive advantage of an enterprise is one of the most important tasks that are placed before management. Modern countries, if they want to raise their own level of competitiveness, should strive to create a social environment in which knowledge will get an adequate place and role. Today's knowledge and intellectual capital, represents the most important development resource for both enterprises and society as a whole.