



TEHNOLOGIJA, INFORMATIKA I OBRAZOVANJE ZA DRUŠTVO UČENJA I ZNANJA

6. Međunarodni Simpozijum, Tehnički fakultet Čačak, 3–5. jun 2011.

TECHNOLOGY, INFORMATICS AND EDUCATION FOR LEARNING AND KNOWLEDGE SOCIETY

6th International Symposium, Technical Faculty Čačak, 3–5th June 2011.

UDK: 005.7:004

Stručni rad

ZNANJE I INOVATIVNOST – FAKTORI OPSTANKA NOVE ORGANIZACIJE

Sanja Stanisavljev¹, Željko Miladinović², Snežana Jokić³, Branko Markoski⁴

Rezime: Autori u ovom radu analiziraju značaj i uticaj inovacija i znanja kao faktora neophodnih za opstanak nove organizacije. Preduzeća koja žele uspeh i napredovanje u tržišnom pogledu, moraju biti inovativna. Inovativna organizacija nastaje kao odgovor na promene koje su sve učestalije, obimnije i složenije. Uspešnost upravljanja promenama je od presudnog značaja za opstanak i rast preduzeća. Akcenat je na znanju kao resursu i ono treba preduzećima da obezbedi inovativnost, poboljšanja usluga, povećanje prihida i druge mnogobrojne prednosti. Sposobnost prilagođavanja internim i eksternim promenama, kao i kreativnost i inovativnost jesu ključne veštine za organizaciju, što potvrđuju mnogobrojna istraživanja ove oblasti. Organizacije se sve više pretvaraju u inovacione, pri čemu kao predmet inovacije postaju ne samo proizvodi i tehnologije, nego i načini organizacije i uzajamnog djelovanja s kupcima. Preko povećanja konkurentne sposobnosti organizacija i privrede, znanje omogućuje njihov održiv ekonomski rast i razvoj.

Ključne reči: znanje, inovativnost, inovativna organizacija, organizacija znanja

KNOWLEDGE AND INNOVATION – FACTORS FOR THE SURVIVAL OF THE NEW ORGANIZATION

Summary: The authors analyze the importance and impact of innovation and knowledge as factors necessary for the survival of new organizations. Companies that want to succeed and progress in market terms, must be innovative. Innovative organization formed in response to changes that are more frequent, more extensive and complex. The success of change management is critical for the survival and growth of enterprises. The emphasis is on knowledge as a resource and what should companies that provide innovation, improve services, increase prihida other numerous benefits. Ability to adapt to internal and external changes, as well as creativity and innovation are key skills for the organization, which is

¹ Sanja Stanisavljev, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Đure Đakovića BB, Zrenjanin, e-mail:

sanja@tfzr.uns.ac.rs

² Željko Miladinović, student doktorskih studija MF Beograd;

³ Snežana Jokić, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Đure Đakovića BB, Zrenjanin, e-mail:

smaletin@tfzr.uns.ac.rs;

⁴ Branko Markoski, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Đure Đakovića BB, Zrenjanin, e-mail:

markoni@uns.ac.rs;

confirmed by numerous studies in this area. Organizations are increasingly turning to innovation, with such innovations become the subject of not only products and technology, but also modes of organization and interaction with customers. Through increasing the competitive capacity of organizations and industry, knowledge of their option enables sustainable economic growth and development.

Key words: *knowledge, innovation, innovative organization, the organization of knowledge.*

1. UVOD

Procesi globalizacije i radikalnih tehnoloških promena na kraju XX veka kreirali su novu realnost, u kojoj je inovacija jedan od ključnih elemenata kompetitivne prednosti preduzeća i nacionalne ekonomije. Inovativnost, bez sumnje, predstavlja neophodan uslov revitalizacije u slučajevima opadanja pokazatelja uspešnosti poslovanja, odnosno, povratka u fazu novog preduzetničkog poduhvata i razvoja preduzeća. Preduzeća ukoliko žele da opstanu i dominiraju na domaćem i svetskom globalnom ekonomskom tržištu moraju pratiti promene, više nije dovoljno ići u korak sa njima, već korak ispred.

Organizacije koje uče, u kojima ljudi kontinuirano proširuju svoje kapacitete da stvore rezultate koje žele, imaju najviše šansi za uspeh i napredak u budućnosti. Sposobnost da se uči brže od konkurencije može biti jedina održiva konkurentna prednost u današnjem poslovnom okruženju. Pojedinci moraju da stalno unapređuju svoje znanje i da se izgrađuju kao pojedinci koji su nosioci sposobnosti organizacije -uspešna organizacija jeste skup uspešnih pojedinaca. Organizacije i menadžeri u njima treba da teže stvaranju što više eksplicitnog znanja, koje je po svojoj prirodi kolektivno. Takvo znanje uvedeno u operacije ne može nestati na način na koji pojedinac može napustiti neku organizaciju.

2. INOVACIJE I ZNAČAJ INOVACIJA

Jedan od bitnih poslova menadžmenta je upravljanje promenama. Organizacione promene predstavljaju neminovnost svake organizacije bez obzira na stepen zastupljenosti inovativnih procesa. Na uspeh ovih promena zajedno utiču sledeći faktori: nosioci promena, pojedinci na koje promene utiču, određenje šta zapravo treba promeniti, vrsta promene i procena promene. Svi ovi faktori nezavisno jedan od drugog utiču na uspešnost promene koju je neophodno izvršiti. U zavisnosti od karakteristike promena i njihovog intenziteta definišu se posledice promena. Najželjnija posledica bilo koje promene je povećanje nivoa efikasnosti i efektivnosti organizacije.

Shvatiti značaj inovacije i reinženjeringa proizvoda, inovativne strategije i delovanja organizacije na tom polju, jedan je od preduslova postizanja konkurentne prednosti i opstanka na dinamičnom tržištu. Preduzeća koja žele da budu uspešna i da napreduju u tržišnom pogledu, moraju da budu inovativna. Kreiranje novog tržišta ili nove kategorije proizvoda jeste najefikasniji način konkurisanja na zrelim tržištima. Inovacije i inovativne strategije, stalna usavršavanja i primena znanja, inovativnoj organizaciji donose niz prednosti.

Značaj inovacija:

- ❑ inovacija podstiče ekonomski rast i stvara dobit omogućujući upoznavanje sa opremom i njenim tehničkim i tehnološkim karakteristikama
- ❑ rast u inovacijama od 1 procenta doprinosi rastu prihoda po glavi stanovnika od

otprilike 0.05 %

- inovacija direktno utiče na povećanje zaposlenosti, i indirektno doprinosi ekonomskoj efikasnosti i dobiti
- inovativni proizvodi omogućavaju da se osvoji i zadrži udeo na tržištu, ali i uveća profitabilnost na tržištima.

Što se tiče malih i velikih inovativnih preduzeća, istraživanja pokazuju da su mala inovativna preduzeća izvor tehnoloških inovacija, tj. da svoje istraživačke i razvojne aktivnosti usmeravaju ka oblastima u kojima tehnološke inovacije imaju visok proizvodni i komercijalni rizik, a nisu vezana za velika finansijska izdvajanja, dok su velika preduzeća nosioci tehnološkog razvoja. Na pitanje koje je preduzeće efikasnije, ne možemo dati jednostavan i jedinstven odgovor.

Inovacije nisu samo nove tehnologije ili novi proizvodi, nego su to i novi i pametniji načini za obavljanje poslova, nove metode upravljanja, novi poslovni sistemi ili nove usluge. Inovacije ne donose samo veći razvoj, više poslova i novaca, inovacije dovode do stvaranja „pametnog“ razvoja. Pametan razvoj može uključiti eko inovacije koje poboljšavaju okoliš ili društvene inovacije koje pružaju slične prilike svima. Inovacije se ne zasnivaju samo na većoj proizvodnji ili povećanju prodaje, nego unose stvarna poboljšanja u naše živote. Inovacije koje donose pametan razvoj zahtijevaju ultimativno društvenu interakciju, a društveno i kulturno okruženje ključ su inovativnog procesa. Inovativnost i inovacije su top prioritet europske politike. Evropa je kao na odgovor na izazove globalizacije usvojila Lisabonsku agendu, kojom je uspostavljen set ambicioznih ciljeva baziranih na ideji da Evropa treba ojačati inovacije i istraživanja kako bi ostala konkurentna. Fokusiranje na inovacije dovelo je do „rađanja“ nove generacije transnacionalnih programa suradnje kojima se prioritarno finansiraju inovacije.

Kada govorimo o upravljanju inoviranjem (eng. Innovation Management), obično imamo u vidu poslovne organizacije. Međutim pravilno upravljanje inoviranjem neophodno je svakoj organizaciji koja želi da bude najbolja. To važi i za državne institucije, neprofitne organizacije, pa čak i policiju. Čuven je primer (eng. Case study) Njujorške policije (NYPD). Za samo dve godine (1994-1996) policijski komesar William Bratton uspeo je da uz pomoć vrhunskih poslovnih konsultanata u oblasti inoviranja, primenom sveobuhvatnih novina-promena, značajno poboljša rad policije i smanji stopu kriminala. Primena naučnih metoda u oblasti inoviranja omogućila je da se ove promene-novine sprovedu uz najmanji mogući trošak i maksimalni efekat poboljšanja.

Inovativna organizaciona struktura je struktura koja operativno odvajava inovativni i operativni deo. Organizaciona struktura inovativnog dela počiva na matičnoj organizaciji, bavi se istraživanjem, nosilac je preduzetništva i favorizuje efikasnost. Sastoji se od stručnjaka različitih profila. Njihov zadatak je da pronalaze nove ideje i nova rešenja. S obzirom da se ideje ne moraju i realizovati, a da su istraživanja skupa, inovativni deo se smatra centrom troškova i mestom rizika. Organizaciona struktura operativnog dela počiva na divizionoj organizaciji, nosilac je izvršnih aktivnosti i tu se realizuju nove ideje i projekti. i u ovom delu teži se postizanju efikasnosti. Osnovni problem u organizaciji može da predstavlja uspostavljanje veza između inovativnog i operativnog dela i u mogućem sukobljavanju njihovih rukovodilaca.

Prema IBM istraživanju koje je sprovedeno među izvršnim direktorima i vodećim rukovodiocima, 2008. god (rezultati sprovedenih 1,130 intervjua) osnovne karakteristike

“Preduzeća budućnosti” su: glad za promenama, inovacije koje premašuju zamisli potrošača, integrisanje na globalnom nivou, razorna priroda, autentičnost, a ne samo izdašnost. Organizacija mora biti spremna da odgovori i reaguje na promene iz okruženja, a da istovremeno pored svojih potreba zadovolji potrebe potrošača.

Prema profesoru Đjuručinu [1] nova konkurentnost je presek adekvatne strategije i visoke produktivnosti. Pri tom, produktivnost je posledica veće efikasnosti, adekvatnom strategijom privremeni monopol na bazi niskih troškova ili diferenciranja se pretvara u trajni monopol na bazi inovacije.

Podatak da su za period 2007-13. sve zemlje članice EU odgovorile na poziv za više investiranja u inovacije i da su podnele 455 programa, takođe govori o inovacijama kao jednom od ključnih faktora postizanja konkurentnosti. Investicije EU za inovacije u periodu 2007-2013. iznose više od 85 milijardi eura.

3. SAVREMENA ORGANIZACIJA ZNANJA

Savremena organizacija u eri znanja je ona koja uči, pamti i deluje na osnovu informacija i znanja dostupnog na najbolji mogući način.

Organizacije koje uče su one koje imaju najviše šansi za uspeh i napredak u budućnosti, u kojima ljudi kontinuirano proširuju svoje kapacitete da stvore rezultate koje žele, gde se nove i ekspanzivne ideje neguju, gde kolektivne aspiracije oslobađaju i gde ljudi konstantno vežbaju kako da zajedno uče. Delo Pitera Sengija [2] pokazuje snagu kompanija čiji su menadžeri spremni da stvaraju „organizaciju koja uči“. Sposobnost da se uči brže od konkurencije može biti jedina održiva konkurentna prednost u današnjem poslovnom okruženju.

Draker kaže da je priroda znanja u čestim promenama. Dinamika znanja nameće potrebu da svaka organizacija mora da ugrađuje menadžment promena u strategiju svog preduzeća. Organizacija mora da se eksploatiše odnosno mora da razvija sledeću generaciju promena sopstvenog uspeha. Inovativnost mora biti organizovana i usmeravana kao proces u savremenoj organizaciji. Moderna organizacija se sastoji od specijalista znanja iz toga proizilazi da ona mora da bude organizacija jednakih, a ne organizacija nadređenih i podređenih. Draker je ukazao na evolutivni proces promene pojma znanja. Ranije se znanje vezivalo uz ličnost sada se vezuje uz rad, postalo je i resurs i oruđe. Znanje je prema sadašnjim kriterijumima javno dobro. U početku se znanje primenjivalo na alate procese i proizvode. To je bila osnova industrijske revolucije.

Cilj savremene organizacije je da se svi poslovni procesi posmatraju kao procesi znanja. Ovo uključuje stvaranje znanja, njegovo širenje, nadgradnju i primenu u celoj organizaciji. Savremene organizacije traže način za stvaranje dodatne vrednosti kroz identifikovanje, primenu i korišćenje znanja na jedinstven način, a to je proces koji je delom nauka, delom umetnost, a delom i sreća. Organizacije i menadžeri u njima treba da teže stvaranju što više eksplicitnog znanja, koje je po svojoj prirodi kolektivno. Takvo znanje uvedeno u operacije ne može nestati na način na koji pojedinac može napustiti neku organizaciju. Eksplicitna znanja sadržana u banci podataka, informacije i znanja neke organizacije iznose između 10 – 20 %, a primenom koncepta menadžment znanja ovaj deo može da se udvostruči [3].

U eri znanja preduzeća konkurentsku prednost baziraju na znanju i iskorišćavanju šansi za čiju eksploataciju je neophodno znanje. Akcenat je na znanju kao resursu i ono treba

preduzećima da obezbedi :

- ❑ inovativnost kroz ohrabrivanje slobodnog izražavanja ideja,
- ❑ poboljšanje usluga koje se pružaju potrošačima,
- ❑ povećanje prihoda putem boljeg plasmana proizvoda i usluga na tržište,
- ❑ smanjenje fluktuacije radnika kroz prepoznavanje vrednosti znanja zaposlenih i njihovom nagrađivanju za aktivnosti vezane za upravljanje znanjem,
- ❑ poboljšanje radnih operacija i smanjivanje troškova putem eliminisanja redundantnosti ili neželjenih procesa [4].

Nova organizacija podrazumeva konkurentnost u glavnim sposobnostima, ali i u pojedincima koji su nosioci sposobnosti. Pojedinci moraju da stalno unapređuju svoje znanje i da se izgrađuju kao pojedinci koji su nosioci sposobnosti organizacije – uspešna organizacija jeste skup uspešnih pojedinaca. Organizacija se mora fokusirati na uske tržišne niše – potrebno je uočiti manje tržišne segmente, usredsrediti svoju energiju na njih, zadovoljiti njihove zahteve i tržišno ih eksploatirati.

4. ZAKLJUČAK

Inovativna organizacija nastaje kao odgovor na promene koje su sve učestalije, sve obimnije i sve složenije u svetu u kome živimo. Uspešnost upravljanja promenama je od presudnog značaja za opstanak i rast preduzeća. Strategija stalnih inovacija i dinamičnost promena je odgovor na zahteve koje postavlja tržišna borba. Savremena organizacija mora da bude inovativna. Inovacija jeste osnov razvoja poslovanja. Step en inovativnosti utiče na sticanje konkurentske prednosti.

Shvatiti značaj inovacije i reinženjeringa proizvoda, inovativne strategije i delovanja organizacije na tom polju, jedan je od preduslova postizanja konkurentske prednosti i opstanka na dinamičnom tržištu. Kreiranje novog tržišta ili nove kategorije proizvoda jeste najefikasniji način konkurisanja na zrelim tržištima.

5. LITERATURA

- [1] Dragan Djurićin, Dragana Petraković (2003): *Nova konkurentska strategija Srbije, zbornik Konkurentnost i tranzicija*, Savez ekonomista SiCG, str 31
- [2] Davenport, T., Prusak, L. (2000) *Working Knowledge, How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts str 13, 15
- [3] Doc.dr.sc. Robert Fabac, *Organizacije koje uče i upravljanje znanjem*
www.foi.hr/.../5_Organizacije_koje_uce_i_upravljanje_znanjem_5_6.ppt
- [4] Sydanmaanlakka, P. (2002) *An Intelligent Organization: Performance, Competence and Knowledge Management*, Capstone, Oksford.
- [5] Rkalović, S. (2001): *Kreativnost i inovacija*, "Kvalitet", Beograd, br.5-6.
- [6] Drucker, P. F. (1991): *Inovacije i preduzetništvo*, "Privredni pregled", Beograd..
- [7] Pavitt, K.: *Technology, Management and Systems of Innovation*, Edward Elgar, Cheltenham, 2000.
- [8] Stošić B. *Menadžment inovacija – ekspertni sistemi*, FON Beograd 2007.
- [9] Trott, P., *Innovation Management and New Product Development*, Pearson Education Limited, Essex 2005.