

## KNOWLEDGE MANAGEMENT AND INNOVATION FACTORS OF SME DEVELOPMENT

**Gabrijela Lilić**

Faculty of Business Studies and Law, Belgrade, Serbia [gabilili.bagilili@gmail.com](mailto:gabilili.bagilili@gmail.com)

**Dragana Jovanović Kuprešanin**

Faculty of Business Studies and Law, Belgrade, Serbia [dragana.kupresanin@hotmail.com](mailto:dragana.kupresanin@hotmail.com)

**Abstract:** Nowadays, when the world faces great turbulences, globalization, crisis, expansion of new technologies and knowledge, the only thing that is constant is change itself. Change is a precondition for survival. The basic rule is that there are no rules. In order to survive, SMEs should learn how to live with change. Knowledge has always been a basis for the progress of human society. As early as in 1993, Peter F. Drucker in his *Post-Capitalist Society* pointed out that the basic resources in economy are no longer the capital, natural resources or labour, but knowledge. Modern-day economy gives precedence to the intellectual aspect of the company over natural resources. Knowledge may be defined as appropriate data gathering for the purpose of achieving new usability. Knowledge management has become an important factor in business development and gaining a competitive edge. Knowledge is an invisible asset. People and knowledge are now the single most valuable capital of each company. The ability and speed with which knowledge and innovation is used in a company represent the greatest advantage that such company can have. Knowledge management is a deterministic and chain process leading to a range of innovations. Each chain of knowledge consists of a number of internal and external beliefs, frames of mind and responsibility of individuals and their environment. Broadly speaking, knowledge management includes human resources, processes and technology. According to author *Pentti Sydanmaanlakka*, the life cycle of knowledge management may be represented as a chain of knowledge management consisting of the following five stages: knowledge creation, knowledge acquisition, knowledge keeping, knowledge sharing and knowledge application. Innovation can be seen as a process of transforming knowledge into new values. Innovation is the process of creating innovations. Innovation is related to creativity. Creativity is the driving force behind innovations. Innovation can be seen as creating new ideas or perceiving business opportunities using creativity and turning them into reality (product, service, process, etc.). SME survival and development depends on their position to knowledge and innovation. SME sector plays a significant role in the development of Serbian economy. According to data issued by the Ministry of Economy (2014), SME sector generates 84.8% of employment and contributes to the Republic of Serbia's GDP with 32%. This paper presents the concept of knowledge management, the challenges it entails, its pros and cons, as well as the requirements for its development and the importance of its application for the development of SME sector and entrepreneurship. A special emphasis is placed on presenting the position of SME sector towards knowledge and innovation as the key factors for enabling changes and development. To further improve and develop the attitude to knowledge and innovation in Serbia, a research has been conducted into the positions and habits of professionals working in SME sector. Guidelines are shown for SME improvement and further development.

**Keywords:** knowledge, knowledge management, innovation, changes, development, SME, entrepreneurship

## MENADŽMENT ZNANJA I INOVACIJE KAO FAKTORI RAZVOJA MSPP

**Gabrijela Lilić**

Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd, Srbija [gabilili.bagilili@gmail.com](mailto:gabilili.bagilili@gmail.com)

**Dragana Jovanović Kuprešanin**

Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd, Srbija [dragana.kupresanin@hotmail.com](mailto:dragana.kupresanin@hotmail.com)

**Apstrakt:** Danas kada se svet suočava sa velikim turbulencijama ,globalizacijom ,krizom,ekspanzijom novih tehnologija i znanja, jedino što je konstantno je promena.Promena je preduslov opstanka. Osnovno pravilo je da nema pravila.Kako bi opstali MSPP treba da nauče da žive sa promenama. Znanje je oduvek bilo osnova napretka ljudskog društva.Još je Piterr Druccer 1993 godine u svom delu Post capitalist society istakao da osnovni resursi u ekonomiji nisu više kapital ,prirodni resursi ni radna snaga već znanje Savremena ekonomija daje preimućstvo intelektualnom aspektu kompanije u odnosu na prirodne resurse..Znanje se može definisati kao svrsishodno skupljanje informacija a sve s ciljem postizanja nove upotrebne vrednosti. Menadžment znanja je postao bitan faktor

razvojai konkurentske prednosti kompanija..Znanje je nevidljiva imovina. Ljudi I znanje su danas najvredniji kapital svake kompanije. Sposobnost i brzina upotrebe znanja I inovacija u kompaniji predstavlja najveću prednost koju ona može da poseduje. Menadžment znanja je deterministički i lančani process koji dovodi do niza inovacija. Svaki lanac znanja se sastoji iz niza internih i eksternih uverenja, stanja svesti i odgovornosti pojedinaca i okruženja. Menadžment znanja najšire posmatrano obuhvata ljude, procese i tehnologiju. Prema autoru PenttySydanmanllaku životni ciklus menadžmenta znanja se može predstaviti kao lanac menadžmenta znanja koji se sastoji iz sledećih pet faza i to: stvaranja znanja, osvajanja znanja, čuvanja znanja, podele znanja i primene znanja. Inovacija se može posmatrati kao proces pretvaranja znanja u nove vrednosti. Inovativnost je process stvaranja inovacija. Inovativnost je povezana sa kreativnošću. Kreativnost je pokretač inovacija. Inovativnost se može posmatrati i kao stvaranje novih ideja ili uočavanje poslovnih prilika uz upotrebu kreativnosti i njihovo pretvaranje u stvarnost. (proizvod, uslugu, postupak. itd.). Od odnosa MSPP prema znanju i .inovativnosti zavisi i njihov opstanak i razvoj. Sektor MSPP zauzima značajno mesto u razvoju privrede Srbije. Prema podacima ministarstva privrede (2014) sektor MSPP generiše 84,8 % zaposlenosti i učestvuje u stvaranju BDP republike Srbije sa 32%. U radu je prikazan koncept menadžmenta znanja, izazov koji donosi, njegove prednosti i nedostaci. Uslovi razvoja i značaj njegove primene za razvoj sektora MSPP i preduzetništva. Posebno je pokazan odnos sektora MSPP prema znanju i inovacijama kao ključnom faktoru promena i razvoja. U cilju daljeg unapređenja i razvoja odnosa prema znanju i inovacijama u Srbiji izvršeno je istraživanje stavova i navika radnika u sektoru MSPP. Date su smernice za unapređenje i dalji razvoj MSPP, a sve u cilju da MSPP postanu organizacije znanja.

**Ključne reči:** znanje, menadžment znanja, inovacije, promene, razvoj, MSPP.

## 1. UVOD

Znanje je oduvek bilo izvor napretka svih civilizacija. Globalni svet pun turbulencija u kojem živimo nemože se zamisliti bez novih znanja i stalnih inovacija. Piterr Druccer je prvi u svom delu *The Knowledge Economy* (12 poglavlje), ekonomiju nazvao ekonomijom znanja.<sup>400</sup> U radu se posmatra Koncept menadžmenta znanja kroz prizmu inovativnosti tj pretvaranja novih znanja u konkretne vrednosti. Sektor MSPP u Srbiji smatra se vodećim pokretačem ekonomskog rasta i razvoja Srbije. U prilog tome govori činjenica da je 2015 godine u Srbiji poslovalo 324.600 MSPP što čini 99,8% ukupno aktivnih preduzeća u Srbiji. Broj zaposlenih u MSPP je 801.719 što predstavlja 2/3 ukupno zaposlenih u Srbiji. Dok sektor MSPP sa 32 % učestvoju u BDP Srbije.<sup>401</sup> MSPP i preduzetništvo su usko povezani. Može se reci da preduzetnički duh pokreće većinu MSPP. Kao takav sektor MSPP može se reci da poseduje I veliki inovativni potencijal.

## METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kako je sektor MSPP stub razvoja Srbije Svrha istraživanje je da se pokaže stanje i odnos MSPP prema znanju i inovativnosti u Srbiji. Stavove i navike poslodavaca i zaposlenih u odnosu na inovativnost i znanje u MSPP. U tom kontekstu važno je pokazati gde se Srbija nalazi po pitanju inovativnosti na globalnom nivou i okruženju. Imajući u vidu značaj inovativnosti i znanja za društvo, istraživanjem želimo da pokažemo da u znanje I inovativnost ključni faktori razvoja za MSPP i Srbije.

H0: Koncept Menadžmenta znanja i inovativnosti u MSPP u Srbiji je u razvoju .

Ovu hipotezu objasnićemo kroz obradu sledećih podhipoteza :

H1: Postoji pozitivna povezanost između ulaganja u znanje i inovacije u sektoru MSPP i sveukupnog razvoja inovativnosti Srbije.

H2: Postoji pozitivna povezanost između stavova i navika zaposlenih i razvoja inovativnosti i znanja u Srbiji.

Kako bi što bolje odgovorili na postavljenu hipotezu H1 daćemo odgovore na sledeća pitanja :

- Gde se Srbija nalazi po pitanju inovativnosti na globalnom nivou i u okruženju ?
- Kakav je odnos MSPP prema inovacijama ?

Kako bi što bolje odgovorili na postavljenu hipotezu H2 daćemo odgovore na sledeće 2 grupe pitanja:

- Stavovi i navike zaposlenih ( Da li je znanje glavna imovina kompanije? Da li kompanija poseduje program menadžmenta znanja ? Da li zaposleni rado dele znanje jedni sa drugima? )

<sup>400</sup> Drucker P. (1992) *The Age of discontinuity: Guidelines to our changing society*, 1, izdanje 1969. god, Harper & Row, str. 263-268

<sup>401</sup> Ministarstvo finansija i privrede.: *Izveštaj MSPP za 2015 godinu*, Beograd

- Odnos MSPP prema znanju i inovacijama(Da li radno okruženje pruža uslove za deobu/sticanje znanja?Da li kompanija podstiče kreativnost i inovativnost? Da li kompanija nagrađuje deobu znanja ?Da li kompanija održava interne obuke u cilju unapređenja sticanja i deljenja znanja? Da li kompanija šalje zaposlene na obuke,kurseve,seminare,konferencije ?

S ciljem da se ispituju osnovni metodološki zahtevi ( objektivnost,pouzdanost, opštost i sistematičnost) a uzimajući u obzir specifičnosti menadžmenta znanja i inovativnosti korišćeni su različiti metodi u istraživanju. Istraživana su naučno-teorijska saznanja, relevantna literatura i savremena poslovna praksa . Korišćeni su metodi : indukcije, dedukcije, analize, sinteze, apstrakcije, generalizacije, kompleksnog posmatranja i analize sadržaja.

## 2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA

Kako bi što bolje odgovorili na H1 analizirali smo poziciju Srbije po Globalnom indeksu inovativnosti.

Da bi odgovorili na postavljenu hipotezu H1 postavlja se pitanje.Kako je rangirana Srbija po osnovu globalnog indeksa inovativnosti(GII) u odnosu na zemlje iz okruženja?

GII je složeni pokazatelj koji zemlje rangira na osnovu više pokazatelja u cilju konstantnog istraživanja inovativnosti. GII meri dostignuti nivo i promene u inovativnosti pojedinačnih zemalja, a sve u cilju podsticanja inovativnosti naročito u zemljama u razvoju. U tabeli br.1.prikazan je uporedni pregled pozicija za GII zemalja u regionu..Oznake: HI –visok nivo inovativnosti UM –srednji viši nivo inovativnosti

**Tabela 1: Globalni indeks inovacija (global innovation index GII )2017<sup>402</sup>**

ZEMLJA	VREDNOST(0-100)	POZICIJA (RANK)	DOHODAK
Slovenija	45,80	32	HI
Bugarska	42,84	36	UM
Mađarska	41,74	39	HI
Hrvatska	39,80	41	HI
Rumunija	39,16	42	UM
Crna Gora	38,07	48	UM
Makedonija	44,53	53	UM
Srbija	35,34	62	UM
BIH	30,23	86	UM
Albanija	28,86	94	UM

Iz prikaza u tabeli se da zaključiti da u odnosu na GII Srbija zauzima 62 poziciju na listi sa vrednostima 35,34.Što se tiče zemalja iz okruženja najbolje je rangirana Slovenija sa pozicijom 32 , vrednost 45,80 i dohotkom HI . Zatim slede Mađarska sa pozicijom 39,Hrvatska je na 41 mestu Bugarska koja se nalazi na 36 poziciji.Bolji rank od Srbije imaju još I Crna Gora koja zauzima 48 mesto, Rumunija 46.Nižu poziciju imaju BIH 86. Albanija 94. Ovakva pozicija pokazuje da Srbija u odnosu na zemlje u region ima dosta nižu poziciju što znači da zemlje regiona više ulazu u inovativnost I imaju bolji odnos inputa /output inovativnosti .Primeru radi odnos input/output, (vrednost/ pozicija), za Sloveniju je iznosio 54,50( 30 )/ 37,21(34),a za Srbiju 43,79(58)/26,90(61). To govori da su zemlje u regionu znatno više uložile u znaje i inovacije.Dok je GII u Srbiji posle pada u 2014 godini sa 54 na 67 beleži blagi porast u 2015 na 63 poziciju pa zatim neznatni pad na 65 I opet porast u 2017 na 62 poziciju. Što znači da je za 5 godina Srbija zabeležila pad od 9 pozicija na listi što možemo videti iz tabele br.2 u kojoj je prikazan GII po godinama za Srbiju.

**Tabela 2:Globalni index inovativnosti GII za Srbiju po godinama<sup>403</sup>**

GODINA	VREDNOST(0-100)	POZICIJA (RANK)	DOHODAK
2013	37,87	54	UM
2014	35,89	67	UM
2015	36,47	63	UM
2016	33,8	65	UM
2017	35,3	62	UM

<sup>402</sup> [www.globalinnovationindex.org](http://www.globalinnovationindex.org)

<sup>403</sup> [www.globalinnovationindex.org](http://www.globalinnovationindex.org)

Prema podacima Republičkog zavod za statistiku Srbije 2014-2016 među poslovnim subjektima inovatorima bilo je 5417 malih i 1228 srednjih poslovnih subjekata . Mali poslovni subjekti(inovatori) su učestvovali u inovacijama sa 38,2 % a srednji poslovni subjekti(inovatori) su učestvovali 54,4 % u uvođenju inovacija.S obzirom da je broj poslovnih subjekata MSPP koji nisu uvele inovacije 9786 što je skora za trećinu više od poslovnih subjekata inovatora ,da se zaključiti da je inovativni potencijal MSPP nedovoljno iskorišćen . Većina MSPP u Srbiji nema izraženu inovativnu orijentaciju što znači da svoju konkurentnost ne gradi na razvoju inovativnosti , što je praksa u razvijenim zemljama.

**Tabela br.3: Poslovni subjekti prema inovativnosti I veličini<sup>404</sup>**

	<b>Ukupno</b>	<b>Inovatori</b>	<b>Poslovni subjekti koji nisu uveli inovacije</b>	<b>Učešće inovatora u procentima (%)</b>
<b>Ukupno</b>	<b>16957</b>	<b>6994</b>	<b>9963</b>	<b>41,2</b>
Mali subjekti	14174	5417	8757	38,2
Srednji subjekti	2257	1228	1030	54,4
Veliki subjekti	526	349	177	66,3

Kako bi što bolje odgovorili na H2 i dobili uvid u navike i stavove MSPP i zaposlenih u Srbiji obavili smo istraživanje anketiranjem ispitanika (zaposlenih). Na postavljena pitanja :Da li je znanje glavna imovina kompanije? Da li kompanija poseduje program menadžmenta znanja ?Da li zaposleni rado dele znanje jedni sa drugima? Da li kompanija podstiče kreativnost i inovativnost? Da li kompanija nagrađuje deobu znanja ?Da li kompanija održava interne obuke u cilju unapređenja sticanja i deljenja znanja? Da li kompanija šalje zaposlene naobuke, seminare i sl? Dobili smo sledeće odgovore :60,5 % ispitanika smatra da znanje nije glavna imovina kompanije dok 39,5 % smatra da znaje jeste osnovna imovina. 44,4 % je smatra da kompanija poseduje program menadžmenta znanja,36,1 % da ne poseduje, a ostali nisu upoznati. 55,3 % smatra da ispitanici nerado dele znanje jedni sa drugima,39,5 % to rado čini.71,1 % ispitanika kaže da kompanija ne nagrađuje deobu znanja.,a 55% da kompanije podstiču kreativnost I inovativnost.57,9 % je odgovorilo da kompanije ponekad održavaju interne obuke u cilju sticanja ,usvajanjai deobe znanja.A čak 60,5 % njih da kompanije šalju zaposlene na eksterne obuke,kurseve,seminare. Iz priloženog se da zaključiti da se znanju ne daje značaj koji zaslužuje.

### **ZAKLJUČNA RAZMATRANJA**

Iz istraživanja predstavljenog u radu, da se zaključiti da su zaposleni u MSSP svesni značaja znanja koje ono donosi za budućnost ali da nemaju odgovarajuću svest i podsticaj da to znanje i podele sa kolegama.MSSP su svesne značaja znanja koje ono ima za razvoj ali i dalje nedovoljno angažovane na tom polju. MSPP kao glavni nosioci razvoja Srbije treba da podstiču inovativnost, kreativnost I postanu kompanije znanja, kako bi uvećale svoje konkurentske prednosti i poboljšale ekonomsku situaciju u zemlji i regionu.

### **REFERENCE**

- [1] Drucker P.(1992) The Age of discontinuity:Guidelines to our changing society,1,izdanje 1969.god,Harper & Row,str.263-268
- [2] Ministarstvo finansisja i privrede.: Izveštaj MSPP za 2015 godinu, Beograd
- [3] [4]http:// [www.globalinnovationindex.org](http://www.globalinnovationindex.org)
- [5] Republički zavod za statistiku,Saopštenje br.197,20.07.2017 Republika Srbija,Beograd,str.1.,

<sup>404</sup> Republički zavod za statistiku,Saopštenje br.197,20.07.2017 Republika Srbija,Beograd,str.1.,