

Светлана Терзић

Саобраћајни факултет;
Универзитет у Источном Сарајеву,
БиХ

✉ terzicsvetlana@yahoo.com

ИНТЕЛЕКТУАЛНИ КАПИТАЛ – ИНДИКАТОР СТВАРАЊА ВРИЈЕДНОСТИ И КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ ПРЕДУЗЕЋА

INTELLECTUAL CAPITAL - INDICATOR OF VALUE CREATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE OF AN ENTERPRISE

Резиме: Имајући у виду да нематеријална имовина чини главни извор вриједности савремених компанија, скреће се пажња на њену анализу са циљем побољшања ефикасности и ефективности у управљању нематеријалном имовином домаћих предузећа. Ефективно управљање интелектуалним капиталом је кључни фактор стварања конкурентности предузећа.

У раду се посебна пажња поклања разматрању интелектуалног капитала, историјском развоју интелектуалног капитала, утицају на пословање предузећа и интелектуалној својини као детерминанти интелектуалног капитала.

Кључне ријечи: интелектуални капитал, предузеће, нематеријална имовина, интелектуална својина.

ЈЕЛ класификација: J50, J54

Summary: Having in mind that immaterial assets are the main source of values in modern companies, attention is drawn to their analysis in order to improve management efficiency in domestic enterprises. Efficient management of intellectual capital is a key factor of competitiveness.

This paper pays attention to intellectual capital, its historical development and its influence on enterprises' activity. Intellectual property as a determiner of intellectual capital is also discussed here.

Key words: intellectual capital, enterprise, immaterial assets, intellectual property

JEL Classification: J50, J54

1. УВОД

Интелектуални капитал је предмет интересовања стручне и научне јавности од 90-их година прошлог вијека, а сматра се да његово разматрање има много дужу историју.

Концепт је основан у мезоекономији, у првој трећини 20. вијека и даље је развијан, током друге трећине 20. вијека у микроекономским разматрањима.

Бројни аутори су се бавили проблематиком интелектуалног капитала, као и настојањима да га дефинишу, а тиме и развију сам концепт. Међу њима: Stewart, Galbraith, Klein, Prusak, Bontis, Brooking, Edvinson, Malone, Sveiby, Sullivan итд.

Нематеријална имовина и знање имају кључну улогу у пословном свијету.

Промјене економског окружења утицале су на кориговано поимање пословних циљева предузећа. Стратегија, циљеви и одлуке које доносе менаџери различитих нивоа су знатно верификовани због потреба организације да се прилагоди новонасталим тржишним околностима.

Интелектуални капитал је доминирајућа детерминанта стварању вриједности капитала предузећа у дугом року и валидан фактор за профитабилно пословање.

Улагања у интелектуални капитал доприноси квалитетнијем сегментирању, позиционирању и генерисању вриједности.

У старој економији улагања у материјална средства су чинила најзначајнији дио активе бивших предузећа и стицање истих био је базични циљ у пословању.

Шта је то што интелектуални капитал чини тако вриједним, потребним и актуелним за једно предузеће? Које су предности нематеријалне имовине у односу на материјалну? У чему се огледају проблеми вредновања нематеријалне имовине? У чему је значај интелектуалне својине као детерминанте интелектуалног капитала и докле је стигао процес придруживања Европској унији у овом домену?

Ово су проблеми који захтијевају комплексна интердисциплинарна истраживања стручњака из различитих домена економије: маркетинга, финансија, макроекономије, рачуноводства итд. Настојаћемо да их анализирамо и размотримо у овом раду.

Да ли је продуктивност интелектуалног капитала, као и осталих нематеријалних показатеља кључна за економски успјех у 21. вијеку и да ли је она услов опстанка и раста предузећа?

Имајући у виду да се ова област и даље развија, а од пресудног је значаја за будуће пословне перформансе, одатле проистиче и предмет нашег истраживања.

2. КОНЦЕПТ И ДЕФИНИСАЊЕ ИНТЕЛЕКТУАЛНОГ КАПИТАЛА

Концепт интелектуалног капитала (<<http://hr.wikipedia.org/wiki/intelektualnikapital>>, преузето 14. децембра 2010. г.) појавио се почетком деведесетих година двадесетог вијека када је тржишна вриједност предузећа почела вишеструко превазилазити његову књиговодствену вриједност укупне материјалне и финансијске имовине. Иако су се нека истраживања спроводила и прије, револуцију на подручју проучавања интелектуалног капитала изазвао је Thomas A. Stewart, и данас један од водећих истраживача на том подручју, ударивши темеље новом концепту.

Иако је појам интелектуални капитал спомињан и раније, коришћен у различитом контексту,¹ у економском смислу је употребљен 1958. године у финансијским анализама тржишне вриједности тада малих знањем интензивних предузећа (нпр. Hawlett-Packard) код којих се имовина састојала углавном од интелектуалног капитала, а њихова је висока вриједност на берзи изазивана интелектуалном премијом.

У данашњем га значењу (Колаковић 2003: 925–926) први пут примјењује John Kenneth Galbraith 1969. године у своме писму економисти Michaelu Kaleckomu. Galbraith је вјеровао да ова форма капитала не представља само статичну имовину, већ да има и динамичне компоненте које стварају вриједност у пословној пракси. Ипак, шира употреба популарног термина интелектуални капитал започиње тек након Stewartova чланка из 1991. године, па се управо та година сматра *рођењем* концепције ове врсте капитала.

Бројни аутори су се бавили проблематиком интелектуалног капитала, као и настојањима да га дефинишу, међу њима Klein i Prusak, Bontis, Brooking, Saint-Onge, Edvinsson i Malone, Sveiby, Sullivan итд.

Поједини претходни стручњаци заступају мишљење да у интелектуални капитал спадају неопипљиви материјал и односи који су били или могу бити формализовани, обухваћени и усмјерени према имовини веће вриједности (Љубетић 2005).

Интелектуални капитал чини акумулирано знање које нека организација посједује у својим људима, методама, патентима, дизајнима и везама и знатно је шири појам од знања (Љубетић 2005). Поједини аутори заступају ставове да је интелектуални

¹ Користио је, на примјер, за описивање особе високе интелигенције (интелектуални капиталист).

капитал релативно нова (Сундаћ, Шваст 2009), сложена економска категорија која представља све факторе пословања који нису експлицитно изражени у традиционалним финансијским извјештајима. Међутим стварају додатну вриједност у организацији и значајно утичу на дугорочну профитабилност и конкурентност предузећа.

Stewart (<<http://ponude.biz/perspektiva>>, приступљено 20. фебруара 2011. г.), га дефинише као „упаковано корисно знање, при чему објашњава да укључује организационе процесе, технологије, патенте, способности запослених и информације о купцима, добављачима и стејкхолдерима“.

Sullivan (1998) га дефинише као „знање које се може претворити у профит“.

Према Bukowitzu то је „капитал знања“ или „интелектуални капитал подразумева све неопипљиво помоћу чега организација креира вриједност.“

Roos (1997) дефинише интелектуални капитал као „суму знања чланова организације и превођење овог знања у брендове, заштитне знаке и процесе“.

Edvinsson i Malone (1997) пружају једну опширнију дефиницију интелектуалног капитала као „имовину знања, примјене искуства, организационе технологије, односа са потрошачима и професионалних вјештина које пружају компанији на тржишту компететивну предност“.

Andriessen (2001) даље проширује дефиницију интелектуалног капитала и по њему „интелектуални капитал је комбинација неопипљивих средстава, које омогућују компанијама да функционишу.“

Према групи аутора из Хрватске „интелектуални капитал појединца, предузећа, регије, нације јесте знање које се на тржишту претвара у вриједност. Знање које се не претвара у вриједност није интелектуални капитал.“

Под појмом интелектуалног капитала исто тако подразумева се стваралачка примјена знања у производњи и било којој другој креативној дјелатности, (<<http://ponude.biz/perspektiva>>, приступљено 20. фебруара, 2011. г.) способност да се невидљива имовина попут знања претвара у производе и услуге који доносе вриједност.

У последње вријеме, дефиниција коју често истичу сви они који се баве интелектуалним капиталом у предузећима јесте да се интелектуални капитал не може материјално одредити, али вас може учинити богатим и донијети вам конкурентску предност.

Дакле, појам интелектуални капитал још нема потпуну, тачну и јединствену дефиницију, али му је дефинисана структура.

Знање и интелектуални капитал чине трајне ресурсе осигурања конкурентске предности у новом свијету бизниса. Стратегијска оријентација и глобализација пословања све више издвајају управо интелектуални капитал као фактор конкурентских раздвајања компанија.

Интелектуални капитал је оријентисан на будуће пословање, на коришћење прилика из окружења, на развој опција и на повећање конкурентности у будућем периоду. Полазећи од тога, реална вриједност предузећа се процјењује преко његовог потенцијала за будуће способности повећања конкурентности и профитабилности. Управљање интелектуалним капиталом је нови изазов за менаџере.

Он представља одговор на практичну потребу да се управља предузећем као цјелином, а не само његовим видљивим дијелом. Према једном приступу интелектуални капитал чине (Миличевић 2004: 43–44):

- тржишна актива – сви нематеријални елементи повезани са тржиштем, укључујући и лојалност купаца, марке производа и канале дистрибуције;
- актива везана за знање – знања, експертизе, умијеће рјешавања проблема, стилови лидерства, способности запослених;
- актива која се односи на интелектуалну својину – know-how, заштитни знак, патенти и све нематеријално што може бити заштићено ауторским правом;

- инфраструктурна средства – све технологије, процеси и методологије које омогућавају функционисање предузећа.

Интелектуални капитал представља знање које се може претворити у профит. Са овог аспекта се фокусирају инвенције, идеје, know-how, приступи, процеси и публикације.

2.1. Структура интелектуалног капитала

Стручњаци који се баве изучавањем појма интелектуалног капитала и нематеријалне имовине наглашавају да се нова вриједност и конкурентска предност ствара поспјешивањем протока знања унутар организације и трансформисањем тог знања у вриједност која поприма облике; релацијског капитала, људског капитала и структурног капитала – саставних елемената интелектуалног капитала, тј. стварањем синергијске везе саставних елемената интелектуалног капитала (Љубетић 2005).

Већина теоретичара заступа став да се интелектуални капитал састоји од сљедеће структуре (Сундаћ, Шваст 2009):

- људског капитала,
- структурног или организационог капитала и
- потрошачког или релационог капитала.

Људски капитал представља знање, интелигенцију и акумулирано искуство људи. Осим знања он укључује и мотивисаност, спремност за тимски рад и сарадњу, спремност за ризик и прилагођавање промјенама, али и вјерност компанији. Он представља знање, интелигенцију, а може се подијелити на иновацијски и управљачки капитал. Иновацијски капитал је покретач стварања нових вриједности и стварања конкурентске предности организације. Ако га организација не посједује није спремна за будуће пословање.

Структурни или организацијски капитал представља способност организације да користи иновативни и интелектуални потенцијал својих запослених. Он се најчешће операционализује кроз информациони састав, софтвер, вјештине и искуство које организација уграђује у процесе и саставе. Структурни капитал је оно што остане у организацији када њени запослени напусте своја радна мјеста по завршетку радног времена и оду кући. Он представља рецепте знања којима неко други може повећати вриједност на добробит организације.

Капитал клијената настаје синергијом компаније са њеним окружењем, првенствено његовањем односа са својим купцима и добављачима.

Из наведеног слиједи да интелектуални капитал представља комбинацију људског капитала – умова, вјештина, увида и потенцијала чланова организације и структурног капитала односно ствари које представљају клијенти, процеси, базе података, робне марке и информациона технологија.

Табела 1: Структура интелектуалног капитала (Сундаћ, Шваст 2009)

ЉУДСКИ КАПИТАЛ		ИНТЕЛЕКТУАЛНИ КАПИТАЛ		РЕЛАЦИЈСКИ КАПИТАЛ		
		СТРУКТУРАЛНИ КАПИТАЛ	ПОСЛОВНЕ МРЕЖЕ	БРЕНД (ТРЖИШНА МАРКА)	ПОТРОШАЧИ	
МЕНАџМЕНТ	ЗАПОСЛЕНИЦИ	ИНТЕЛЕКТУАЛНО ВЛАСНИШТВО	ОРГАНИЗАЦИЈСКИ ПРОЦЕСИ	ПОСЛОВНЕ МРЕЖЕ	БРЕНД (ТРЖИШНА МАРКА)	ПОТРОШАЧИ
Способности Квалификације Искуство Креативност Иновативност Мотивација Ставови Марљивост Одговорност Упорност Самоницијативност Успјешност у комуникацији Способност рјешавања проблема Критично промишљање Флексибилност и адаптлност Самостално учење	Способности Квалификације Искуство Креативност Иновативност Ставови Марљивост Одговорност Упорност Самоницијативност Успјешност у комуникацији Способност рјешавања проблема Критично промишљање Флексибилност и адаптлност Самостално учење	Патенти Лиценце Ауторска права Франшизе Софтвер	Организација пословања Стратегије Планови Правила Документи Стандардизација процеса Базе података Организациони концепти Организациона култура	Продајне маркетиншке и дистрибутерске мреже Односи с пословним партнерима, дистрибутерима, добављачима и свим посредницима Пословна интересна удруживања Електроничке мреже	Стварање имица предузећа Остваривање значаја на тржишту Способности привлачења купца Стварање вриједности у очима купаца	Однос и комуникација с потрошачима (постојећим и будућим) у циљу постизања задовољства и лојалности
УМНИ РАДНИЦИ		УНУТРАШЊЕ ОКРУЖЕЊЕ ПОДУЗЕЋА		ВАЊСКО ОКРУЖЕЊЕ ПОДУЗЕЋА		

3. ИСТОРИЈСКИ РАЗВОЈ ИНТЕЛЕКТУАЛНОГ КАПИТАЛА

Значајне елементе проучавања знања и интелектуалног капитала налазимо код бројних познатих економиста 20. вијека: Тејлор, Шумпетер, Солоу, Симон итд. Иако се проучавање важности и улоге знања може проучавати и даље, први који је научно покушао поставити знање, искуство и вјештине запослених у неке оквире био је Frederick Taylor који је 1911. објавио дјело *The Principles of Scientific Management* (Колаковић 2003).

Joseph Schumpeter године 1934. у своме дјелу *The Theory of Economic Development* проучавајући економске промјене, тврдио је да је за појаву нових производа важна рекомбинација знања. Елементе теорије интелектуалног капитала можемо пронаћи и код Herberta Simona који је у своме дјелу из 1945. године под насловом *Administrative Behavior* проучава ограничење људских спознајних капацитета, називајући га ограничена рационалност. Simon затим доводи у питање неокласичне постулате о ограниченим ресурсима, јер су традиционални инпуту капитала ограничени физичким количинама или финансијским притисцима, а интелектуални капитал може бити ограничен само ограниченом рационалношћу запослених у предузећу.

Значајан допринос развоју концепције интелектуалног капитала дао је Micheal Polanyi својим дјелом из 1967. године под насловом *The Tacit Dimension*, у којем уводи експлицитну и имплицитну димензију знања. Само интеракције између експлицитних и имплицитних елемената знања омогућава успјех предузећа. Поланијева потврда постојања и улоге имплицитног знања, такође је била у конфликту са неокласичним претпоставкама које се односе на потпуну мобилност ресурса и на савршену информисаност свих страна на тржишту.

При анализи настанка теорије интелектуалног капитала, такође је потребно осврнути се на Roberta Solowa, једног од најпознатијих економиста из педесетих година прошлог вијека – у ери масовне производње и једног од водећих аналитичара теорије раста с кејнзијанским погледима. Solowljev познати модел неокласичне теорије раста представља скуп математичких формула са циљем детерминисања најучинковитијих комбинација традиционалних фактора производње, земље, рада и капитала који уз помоћ технологије омогућавају економски раст.

Једна од основних Solowljevih претпоставки била је да се раст почиње успоравати и коначно се прекида када се комбинација тих производних фактора приближи најучинковитијој комбинацији. Solow је предвиђао да ће све земље једном досегнути тачку конвергенције, раст ће опадати у индустријским земљама, економски напредак ће бити веома брз у мање развијеним земљама. Стварност је, међутим, показала да се то није остварило. Економски раст у индустријским има и даље тенденцију раста, а у мање развијеним земљама стагнира. Дакле, нема знакова о било каквој конвергенцији као што Solow предвиђао. Модерни теоретичари, међу њима: Romer, Nonaka, Itamier, Penrosa итд. наводе да постоји очигледно недостатак варијабли у Solowljevим формулама.

Paul Romer, један од најпознатијих Solowljevih критичара, крајем осамдесетих година 20. вијека објавио је серије чланака о својим открићима, послје названим нова теорија раста или ендогена теорија раста. Ромеров је главни допринос конструкцији модела који истиче пресудну улогу знања и идеја о економском расту. Ендогена теорија раста подразумијева да економски раст произилази из унутрашњих састава, било да се ради о држави или предузећу.

Ромер у свом чланку *Increasing Returns and Long Run Growth* из године 1986. предлаже модел према којем је за економски раст потребна акумулација знања на свим нивоима.

Према овом моделу свијет се дијели у два дијела – физичке објекте и идеје.

Даље, објекти су оскудни и подложни закону опадајућих прихода. Они не могу водити економски раст, али знање и идеје могу, јер никада нису оскудни.

Људска бића, каже Ромер, посједују готово бескрајни капацитет за реконфигурисање физичких објеката, људи могу подстаћи производњу, створити нове прилике за повећање профита и коначно, утицати на економски раст.

Повезујући дотад познате анализе и теорије људског капитала с идејама и иновацијама које тај људски капитал мора производити, Ромер се, према многима, сматра оснивачем новог подручја истраживања – концепције интелектуалног капитала (Колаковић 2003).

Поред Ромера, за појаву концепције интелектуалног капитала заслужни су и бројни други економисти који су независно једни од других проучавали нематеријалну имовину.²

Обједињавајући њихове ставове могу се јасно дефинисати три различита извора, односно три школе која су свака на свој начин допринијеле развоју теорије интелектуалног капитала.

Први је извор тзв. *јапанска школа* ([http://www. uvod u upravljanje znanjem](http://www.tel.fer.hr), приступљено 4. октобра, 2011. г.) проучавања управљања знањем на челу са својим оснивачем и предводником Hiroyuki Itamieru, који је у осамдесетим годинама 20. вијека са својим сљедбеницима проучавао учинак невидљиве имовине на примјеру јапанских корпорација.

Његова је књига *Mobilizing Invisible Assets* објављена на јапанском 1980. године, а 1987. године је преведена на енглески и изазвала је велико занимање за невидљивом и нематеријалном имовином.

Итамијева упозорења о важности нематеријалне имовине за савремена предузећа и његова далековидност и јасноћа његових ставова значајно су допринијели дефинисању појма нематеријалне имовине, те подстакли бројна даља истраживања у свијету.

Други важан јапански научник из тог доба је Ikujiro Nonaka, који се од средине осамдесетих година двадесетог вијека бави проблематиком управљања знањем и који је као коаутор Hirotaka Takenenchiem године 1995. објавио познато дјело *The Knowledge Creating Company*. У овом дјелу описује како јапанске компаније иновирају своје пословање примјеном и расподјелом експлицитног и имплицитног знања.

Nonaka и Takenchi такође наглашавају да организационо знање не може креирати предузеће, већ појединци који у њима раде и стварају нова знања.

Shigenisa Tsuchiya још је један теоретичар из јапанске школе управљања знањем који се бави проучавањем односа индивидуалног и групног, организационог учења.

Други, важан извор за појаву теорије интелектуалног капитала је појава економских теоретичара Penrose, Rubin, Rumelt, Wernerfelt и других који су у педесетим годинама двадесетог вијека развили нови поглед и теорију која истиче пресудну ефикасност ресурса. Теорија заснована на ресурсима наглашава да се предузећа разликују према јединственим ресурсима, способностима и талентима којима располажу. Будући да су неки ресурси нематеријални (интелектуални), вјештине стицања и управљања знањем и know-howom, као и организационо учење постају основни стратешки задаци.

У ту групу би се могли сврстати и већ описани допринос Паула Ромера као и радови Richarda Nelsona и Sidney Wintera који су заслужни за развој еволуционарне теорије економских промјена, посматрајући притом предузеће као складиште знања.

² Pirjo Stakle i Mairi Gronroos, фински експерти у подручју интелектуалног капитала, у својој књизи под насловом *Dynamic Intellectual Capital – Knowledge Management in Theory and Practice* истичу да се концепција интелектуалног капитала чврсто заснива на модерној теорији такмичења, названој нова теорија раста.

Такође, значајне заслуге развоју концепције интелектуалног капитала дао је и Micheal Polanyi, својим дјелом *The Tacit Dimension* из 1967. године у којем уводи експлицитну и имплицитну димензију знања.³

Овдје је исто потребно споменути Prahalada i Hamela који развијају стратегијску теорију темељних компетенција. Према њиховом мишљењу темељне компетенције представљају она подручја која дефинишу задатак значаја предузећа у цјелини. Уопштено, то су интелектуална имовина, аспекти know-howa, интелектуално власништво и мрежна дистрибуција.

У своме чланку под насловом *Profiting from Technological Innovation* из 1986. David Teece US Berkeley s Haas School of Business, обједињује различита истраживања и размишљања економиста о теми теорија предузећа зановане на ресурсима, а развио је нови економски поглед на технолошке иновације као изворе вриједности, дефинишући механизме и кораке пријекто потребне та комерцијализацију знања иновацијама које своју вриједност потврђују на тржишту.

Конечно, трећи извор важан за појаву концепције интелектуалног капитала је проучавање људског капитала.

Scott R. Sweetland, са State University of New York, у своме чланку, *Human Capital Theory: Foundationsof a Field of Inquiry* из 1996. године тврди да проучавање људског капитала започиње 1776. године познатим дјелом Адама Смита, *Богатство народа* и завршава се у шездесетим годинама двадесетог вијека, када су засноване теоретске и емпиријске основе овога подручја.

Највеће заслуге затим припадају Gary Becheru, који је својом књигом „Human Capital“ из 1964. засновао *теорију људског капитала*. У тој књизи *теорију људског капитала* дефинише као активности које повећавају пословне могућности развијајући највриједнији ресурс – људе.

Неокласичне претпоставке максимирања профита и користи и савршена конкуренција на тржишту радне снаге основне су поставке теорије људског капитала.

У новије је вријеме кључан корак у развоју концепције интелектуалног капитала са становишта људског капитала учињен у Шведској.

Оснивач тзв. *шведске школе* у управљању знањем и проучавањем интелектуалног капитала је Karl Erik Sveiby, данас професор на Macquarie Graduate School of Management in Sydney. Sveiby је био први који је препознао потребу мјерења људског капитала и заговарао је рачуноводствено праћење те нематеријалне имовине.

Године 1989. објавио је књигу *The Invisible Balance Sheet* предлажући теорију за мјерење капитала знања, дијелећи га на три категорије: индивидуални капитал, структурни капитал и потрошачки капитал.

Тај је приступ усвојио велики број шведских предузећа, па га је 1993. год Swedish Council of Service Industrics препоручио као стандард за израду годишњих извјештаја. То је био први икада употреједљен стандард у подручју праћења нематеријалне имовине.

Sveiby је 1990. године, изворно на шведском, објавио књигу под насловом *Knowledge Management* у којој је дефинисао људски капитал као димензију интелектуалног капитала и тако повезао дотадашња истраживања људског капитала с тада новом концепцијом интелектуалног капитала.

Sveibyevi радови надахнули су многе економисте. Једано д најпознатијих Leif Edvinsson⁴ који је отишао корак даље, карактеришући ту нематеријалну имовину као

³ Под експлицитним знањем подразумева се: кодификовано, заштићено патентом или трговинским знаком и које има облик комерцијализованих производа или је укомпоновано у машинама и процедурама којима се предузећа користе у својим производним системима. Искуствено знање обликује се из индустријског know-how-a и оно је невидљива имовина предузећа, а налази се у међуодносима запослених, на њиховом радном мјесту и унутар њихове радне групе.

интелектуални капитал – кључан за успјех савремених знањем – интензивних предузећа.

Због тога је Edvinsson 1991. постао први директор за интелектуални капитал у свијету (у шведској осигуравајућој кући Skandia).

Проучавајући Sveibyerevu концепцију мјерења неопипљиве имовине Edvinsson ју је даље развио дефинишући начин приказивања онога што се у Skandiji дотад називало *скривеним вриједностима*, па је 1995. године развио модел управљања интелектуалним капиталом у предузећу.

Од тада Skandia (али и бројна друга предузећа у свијету) у својим годишњим финансијским извјештајима објављују посебан додатак који се односи на стање интелектуалног капитала у компанији на начине на који је та скривена вриједност искориштена за стварање додатне вриједности.

4. РЕФЛЕКСИЈЕ ИНТЕЛЕКТУАЛНОГ КАПИТАЛА НА ПОСЛОВАЊЕ ПРЕДУЗЕЋА

Уколико предузеће жели створити конкурентску предност, оно мора познавати начине како произвести конкурентске предности.

Стара економија је основе своје конкурентске способности налазила у јефтиној радној снази, сировинама, енергији, технологији, механизацији, а касније и аутоматизацији, док *нова економија* своју конкурентност базира на високим технологијама, знању и иновацијама, новом, глобалном повезивању (умрежавању) и стратешком удруживању крупних предузећа – милтинационалних компанија и корпорација.

Конкурентска предност предузећа почиње на брендovima, репутацији, имицу, идентитету предузећа, патентима, заштитним знацима, стандардима и дизајну (као облицима интелектуалног власништва), те односима са запосленима, купцима, добављачима и осталим пословним партнерима (Сундаћ, Шваст 2009).

Табела 2: Извори конкурентске предности „Стара“ економија и „Нова“ економија (Сундаћ, Шваст 2009).

<i>ИЗВОРИ КОНКУРЕНТСКИХ ПРЕДНОСТИ</i>	
<i>СТАРА ЕКОНОМИЈА</i>	<i>НОВА ЕКОНОМИЈА</i>
<ul style="list-style-type: none"> – Цијена – Једноставна диференцијација – Нижи трошкови производње 	<ul style="list-style-type: none"> – Тржишне марке (брендови) – Имиц/идентитет предузећа – Патенти – Заштитни знаци (ТМ) – Стандарди и дизајн (као облици интелектуалног капитала), – Односи са запосленима, купцима, добављачима и осталим пословним партнерима

Суштина интелектуалног капитала је у процесу стварања вриједности. Вриједност се може стварати само комбинацијом компоненти интелектуалног капитала. Њихова вриједност је у корелацијама, а не у њиховим појединачним карактеристикама. Компаније постају јединствене и успјешне комбиновањем различитих компоненти интелектуалног капитала.

⁴ Данас је Edvinsson професор за Интелектуални капитал и економију знања на Лунд универзитету у Шведској.

Слика 1: Процес стварања вриједности интелектуалног капитала (Сундаћ, Шваст 2009)



На слици је представљен начин на који капитал ствара вриједност. Вриједност се ствара интеракцијом између категорија интелектуалног капитала, па је за успјешно управљање интелектуалним капиталом неопходно унапређивати перформансе сваке појединачне категорије, као и њихове међусобне интеракције. Одвајањем људског, структурног и релационог капитала, губи се могућност праћења корелација и синергије између категорија и компоненти интелектуалног капитала. Управо синергија између компоненти ствара јединственост и богатство.

Слика 2: Поријекло вриједности и улога интелектуалног капитала



Извор: Leif Edvinsson, Micheal Malone, (1997), „Intellectual Capital: Realizing Your Companys True Value by Finding its Hidden Brainpower“, New York, Harper Business

Предузеће је представљено као дрво које расте, развија се и рађа плодове. Лијепи и укусни плодови (производи и услуге) се продају, па је основни циљ имати што више квалитетних плодова. Видљиви дијелови дрвета, стабло, гране и плодови привлаче највећу пажњу. Они се посебно негују и унапређују јер се продају, о њима се прича и извјештава (финансијски извјештаји, биланси стања и успјеха). Али, све оно што је видљиво, је у ствари, резултат невидљивог коријена – интелектуалног капитала.

На основу претходног примјера може се уочити значај интелектуалног капитала у стварању вриједности за предузеће. Да би пословање било успјешно у савременим условима неопходно је успоставити баланс између финансијског и интелектуалног капитала. У посткапиталистичком друштву и *новој економији* вриједност се ствара помоћу нематеријалне имовине. Вриједност развијених компанија из области високих информационих технологија, консалтинга, фармацеутске и аутомобилске индустрије,

заснива се на акумулираном знању стручњака који у њима раде и њиховом искуству. Дакле, домаћим предузећима су неопходни стручњаци који посједују знање и информације јер, информација нема супститута, то је данас незамјењив ресурс, па се отуда, у ово доба високих технологија и каже, *информација, знање – то је власт или знање је мјера могућности* (Ђерић 1996). Економску информацију производе и прерађују научни институти, факултети, фирме, брокери, процјенитељи, берзе и друге тржишне установе, статистички заводи и друге државне организације и слично.

У наредној табели приказано је пет највећих свјетских компанија и њихове тржишне вриједности на дан 15. 03. 2002. године у милионима америчких долара.

Табела 2: Учешће тржишне, књиговодствене вриједности и интелектуалног капитала у глобалним компанијама

Компанија	Тржишна вриједност	Књиговодствена вриједност	Интелектуални капитал	
			Вриједност	%
General Electric	401. 499	54. 824	346. 675	86,3
Microsoft	331. 520	47. 289	284. 231	85,7
Exxon Mobil	295. 762	73. 161	222. 601	75,3
Wal Mart Stons	277. 543	35. 102	242. 441	87,3
Pfizer	251. 155	18. 293	232. 862	92,7

Извор: (<www.fortune.com>, приступљено 20. марта 2011. г.)

У наредној табели су приказане тржишне вриједности пет словеначких фирми на дан 31. 03. 2005. и њихове књиговодствене вриједности на дан 31. 12. 2004.

Табела 3. Учешће тржишне, књиговодствене вриједности и интелектуалног капитала у Словенији

Компанија	Тржишна вриједност	Књиговодстве на вриједност	Интелектуални капитал	
			Вриједност	%
Горење	6. 132	4. 852, 63	1. 279, 37	20, 9
Крка	79. 962	26. 323, 43	53. 638, 57	67, 1
Меркатор	39. 799	26. 233, 33	13. 665, 67	34, 3
Петрол	28. 645	8. 816, 80	19. 828, 20	69, 2
Дело	66. 969	38. 263, 45	28. 705, 55	42, 9

Извор: (<www.ljse.si.com>, приступљено 20. марта 2011. г.)

Из претходних табела видимо да интелектуални капитал заузима значајан дио вриједности у модерним и развијеним компанијама: чини око 70 % и више у развијеним, а у фирмама земаља бивше Југославије, конкретно, у Словенији од око 20 % до око 40 %, што је валидан показатељ за развој.

5. ИНТЕЛЕКТУАЛНА СВОЈИНА

Интелектуална својина, као сегмент интелектуалног капитала, представља врло важан ресурс предузећа који утиче на његову економску снагу и конкурентску позицију на тржишту. Интелектуална својина у својој суштини представља правно заштићене иновације једног предузећа (Крстић, Николић 2008).

Познатија је као IP (Intellectual Property) и омогућава људима да посједују своју испољену креативност и иновације на исти начин као што је омогућено да се посједују материјална добра.

Интелектуална својина подразумијева законска права која произлазе из интелектуалних активности у области привреде, науке, литературе и умјетности, а

углавном је резултат иновативне способности и истраживачко – развојене активности унутар предузећа, али и евентуалне екстерне куповине.

То је скуп правних прописа који неке дају овлашћења да на неком објективном располагању стекне субјективно право које обухвата индустријску својину и ауторско право.

Правним штићењем интелектуалне својине чува се знање организације, које је садржано у производима, услугама, процедурама, системима, патентима дизајнима, базама података, документима.

Интелектуална својина је једна од кључних претпоставки развоја привреде засноване на знању.

Земље које нису законски и практично заштитиле интелектуалну својину не могу рачунати, не само на прикључење Европској унији већ ни на практично коришћење и продуктивност интелектуалног капитала који данас обухвата бројне заштићене елементе (*Службени гласник Србије* 2007, бр. 101).

Заштита интелектуалне својине треба да омогући; подстицање, обезбјеђење и заштиту страних инвестиција кроз предвидљив, ефикасан и јаван систем заштите права интелектуалне својине, као и омогућавањем домаћим привредним субјектима да остваре легалну предност над конкуренцијом путем ефикасне заштите својих права интелектуалне својине (Радосављевић 2005).

У данашње вријеме, заштита права интелектуалне својине представља озбиљан и комплексан проблем. Из тих разлога, у свијету се континуирано ради на унапређивању постојећег система заштите права интелектуалне својине преко различитих уговора (конвенција). Различите конвенције тангирају посебне сегменте интелектуалне својине. Портфолио интелектуалне својине чине патенти, трговински знакови/марка производа, пословна тајна, ауторско право итд.

Елементи овог портфолија разликују се међусобно: по предмету, обиму заштите, трошковима остваривања заштите итд.

Најзначајнији економски разлози који подстичу да се пословање фирми унапређује коришћењем интелектуалне својине су:

- предност над конкуренцијом,
- могућност тржишне експанзије, без додатних финансијских улагања, тако што се другим фирмама може уступити право коришћења интелектуалне својине, продајом права,
- могућност проширења тржишта,
- могућност обезбјеђења додатног капитала за сопствени развој,
- освајање нових тржишта.

Интелектуална својина (Трифковић 2007), доноси корист друштву, а нарочито потрошачима, увећавањем вриједности и обезбјеђивањем гаранције квалитета. Робни жигови и географске ознаке омогућавају потрошачима да направе диференцијацију између роба и услуга разних произвођача и да изаберу производе оних произвођача чијем угледу највише вјерују.

Они, такође, представљају трајну везу између произвођача и његовог производа и подстичу их да буду одговорни за ефикасност и квалитет производа.

Данас се систематска употреба интелектуалне својине у функцији привредног развоја сусреће редовно у земљама чије су економије засноване на својинским и тржишним принципима (Институт за интелектуално власништво БиХ 2008).

У тим земљама не постоје никакве дилеме у погледу употребе интелектуалне својине у функцији развоја, него влада потпуна увјереност да у савременим условима, с процесима глобализације без адекватне употребе интелектуалне својине није ни могуће постићи глобалну конкурентност производа и услуга.

Такође, у тим земљама влада мишљење да коришћење интелектуалне својине доноси предности предузећу као што су: повољан биланс робне размјене, задовољавајућа запосленост и висок бруто национални доходак. Као резултат таквог стања, у тим државама су успостављени, развијени и успјешно дејствују национални системи употребе интелектуалне својине, који осим легислативне и институционалне компоненте, обухватају и дјелотворну корисничку компоненту.

Стручњаци из института за интелектуално власништво БиХ тврде да је неопходно примијенити европске прописе о ауторским правима и интелектуалном власништву са циљем да постане чланица Европске уније (Институт за интелектуално власништво БиХ 2008).

Постоје три нивоа усклађивања које БиХ мора да спроведе: као прво, мора прихватити правну стечевину ЕУ, у оквиру које значајно подручје припада ауторским и сродним правима, патентима и интелектуалном власништву. Осим тога, БиХ је обавезна да до 2013. године у потпуности имплементира одредбе Споразума о стабилизацији и придруживању који се односе на ову област. Процес приступања БиХ Свјетској трговинској организацији, који је у току захтијева да се прописи у потпуности ускладе са Споразумом о интелектуалном власништву при међународној трговини.

6. ЗАКЉУЧАК

Стара економија која је предност давала материјалној имовини испоставила се превазиђеном у савременом економском окружењу. *Нова економија* заснована на патентима, брэндовима, односима са запосленима, односима са купцима, добављачима, односно маркетиншкој имовини, може да предузећу омогући експанзиван раст. Уколико предузеће располаже са стручним и едукованим кадром из различитих домена, појединцима спремним на иновације и ризик у складу са тржишним потребама, успјеће да оствари економски раст и развој, не само по појединим функцијама, него у цјелини.

Вриједност интелектуалног капитала је доминирајућа детерминанта вриједности капитала предузећа у дугом року. То потврђују емпиријски показатељи из развијених компанија из домена фармацеутске, аутомобилске индустрије и информатике.

Међутим, одређени проблеми се јављају око вредновања нематеријалне имовине. Интелектуални капитал се не вреднује адекватно. У ствари, уопште се не вреднује у финансијским извјештајима. У досадашњој рачуноводственој пракси у домаћим оквирима нису била уобичајна нематеријална улагања као што су: маркетиншка права, лојалност купаца, односи са добављачима, удио на тржишту, али и ова улагања су обухваћена међународним рачуноводственим стандардом (МРС) 38 и третирају се као нематеријална средства. Такође, овај стандард дефинише да мора постојати могућност идентификације нематеријалне имовине као и могућност јасног разликовања од гудвила.

С обзиром на чињеницу да су у глобалном пословном свијету кључни ресурси знање и информације, произлази да је то неопходно учинити и са нематеријалном имовином.

Издаци учињени за истраживање нематеријалних средстава, упркос позитивним новчаним приливима за предузеће, третирају се као расход периода у којем су настали.

Једино је Microsoft, као лидер на тржишту о области високих информационих технологија, захваљујући својим стручњацима, успио да излобира да се његови трошкови истраживања и развоја софтвера капитализују. Наравно, и конкуренти уживају погодности за које се овај економски гигант изборио.

Неопходно је да се домаћа рачуноводствена регулатива прилагоди промјенама. Свједоци смо да свака економска промјена има глобални утицај.

С тим у вези, потребно је стварати услове за координиран рад стручњака из домена маркетинга, финансија и рачуноводства како би се пронашла заједничка рјешења за адекватније вредновање нематеријалне имовине.

Што се тиче интелектуалне својине као детерминанте интелектуалног капитала, битно је нагласити да је њена заштита један од услова придруживања Европској унији, и оне земље које нису законски и практично то урадиле не само да не могу рачунати на прикључење Европској унији, него и на коришћење и продуктивност интелектуалног капитала. Предузеће које обезбиједи заштиту интелектуалне својине, своје пословање може да унаприједи на основу сљедећих показатеља, као што су: могућности за тржишну експанзију, предност над конкуренцијом, могућности за ширење и освајање новог тржишта и могућности за обезбјеђење додатног капитала за сопствени развој.

Босна и Херцеговина је обавезна да до 2013. године у потпуности имплементира одредбе Споразума о стабилизацији и придруживању који се односе на ову област.

Кроз ово виђење значаја и улоге интелектуалног капитала у стварању вриједности и конкурентске предности предузећа, резултира потреба да се у домаћим предузећима поклати већа пажња истраживањима везаним за интелектуални капитал.

ЛИТЕРАТУРА

- Božić i dr.** 2006. *Međunarodni standardi finansijskog izvještavanja, Izmjene u međunarodnim računovodstvenim standardima*, II, april, Banja Luka: Finrar.
- Đerić, B.** 1996. *Teorija i politika privrednog rasta i razvoja*, Beograd: Savremena administracija.
- Edvinsson, L. and Malone, M.S.** 1997. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*, New York: HarperBusiness.
- Kolaković, M.** 2003. *Teorija intelektualnog kapitala*, Zagreb: Ekonomski pregled 54.
- Krstić, B. i Nikolić, M.** 2008. *Intelektualna svojina kao determinanta konkurentnosti preduzeća*, *Ekonomске теме*, Niš: Ekonomski fakultet.
- Ljubetić, V.** 2005. *Upravljanje znanjem primjenom alata poslovne inteligencije*, magistrarski rad, Zagreb: Ekonomski fakultet.
- Nacionalna strategija održivog razvoja Srbije**, Službeni glasnik Republike Srbije 101/07, 2007.
- Miličević, V.** 2004. *Značaj intelektualnog kapitala i menadžmenta znanja za novu ekonomiju*, Beograd: Fakultet za menadžment „Braća Karić“, Zbornik radova.
- Pešelj, B.** 2006. *Mjerenje performansi preduzeća, tradicionalni i savremeni koncepti*, Beograd: Ekonomski fakultet.
- Radosavljević, L.J.** 2005. *Standardizacija i prava intelektualne svojine*, Kragujevac: Konferencija o kvalitetu.
- Sundać, D. i Švast, N.** 2009. *Intelektualni kapital – temeljni faktor konkurentnosti preduzeća*, Zagreb: Ministarstvo ekonomije, rada i preduzetništva.
- Strategija razvoja** 2008, Institut za intelektualno vlasništvo BiH, Mostar.
- Trifković, S.** 2008. *Intelektualna svojina*, Beograd: Demokratska stranka.

Интернет извори:

- <<http://hr.wikipedia.org>>.
 <<http://ponude.biz/perspektiva>>.
 <<http://www.fortune.com>>.
 <<http://www.ljse.si>>.
 <<http://www.fastcompany.com>>.

ПРИЛОГ

Имајући у виду став да се може управљати само оним што се може мјерити, постоји, изражена тежња последњих деценија да се систем мјерења усаврши, а у циљу побољшања система контроле, као саставног дијела процеса управљања (Пешел 2006).

Са порастом учешћа нематеријалне имовине у укупној активи предузећа јавља се проблем њеног вредновања у рачуноводственом систему. Имајући у виду да тржишна франшиза (трговачки знак, дизајн, информациони системи, лиценце, посједовање права на ексклузивну дистрибуцију итд.) чини окосницу диференцирања предузећа и битна улагања за његов развој, осврнућемо се укратко на њихово мјерење. Вриједност компаније, у складу са концептом нове економије, не процјењује се више само на основу прихода, тржишне цијене и нето добитка по акцији, или удјела на тржишту, већ на основу интелектуалног капитала, као што су организациона култура, лојалност купаца, брендирање и друго. Ради се о улагањима са сврхом да предузећима донесу или већ доносе значајне новчане токове.

Међутим, без обзира на позитивне финансијске приливе, издаци учињени за истраживање и развијање се третирају као расход периода у којем су настали.

Највећи проблем имају компаније из области високих информационих технологија и фармацеутске индустрије јер су међу најугроженијима из разлога примјене рачуноводствених прописа, односно важећих рачуноводствених стандарда.

Разлог забрињавајућег стања јесте у чињеници да ове компаније инвестирају на годишњем нивоу милијарду и више америчких долара у реализацију нематеријалних средстава, истраживање и развој.

Вриједност претходно наведених компанија базира се управо на стручњацима који у њима раде, на њиховом знању и искуству.

Наиме, без обзира на то што је људски фактор основни генератор развоја ових предузећа, постоји проблем вредновања. Вриједност знања запослених се не признаје у билансу стања према рачуноводственим извјештајима. У финансијском пословању предузећа, тачније у финансијским извјештајима, интелектуални капитал се не вреднује адекватно, у ствари уопште се не вреднује.

Међутим, у глобалном економском друштву које почива на знању, то је неопходно учинити, односно стварати услове за рјешење овог проблема.

У одређеним случајевима материјална средства могу бити материјализована као што су патенти и лиценце. Права и привилегије произишли из тих средстава доносе користи привредном субјекту уколико их посједује.

Ипак, није лако измјерити колику вриједност једној компанији доноси know-how или лојалност купаца.

У фармацеутској индустрији око 500 милиона америчких долара кошта стварање новог лијека, а често се издваја и више милијарди за синтезу медикамената.

Компанија Dell Computers (<<http://www.march.com>>, приступљено 20. фебруара 2011. г.) своју вриједност ствара и увећава помоћу јединствених пројеката и дизајна који су имплементирани кроз директан маркетинг или ланце дистрибуције, затим производњу по наручби купца, односно на основу лојалности купаца.

Microsoft представља најбољи примјер знањем интензивних компанија све присутнијег концепта *нове економије*.

Вриједност интелектуалног капитала ове компаније износи 211 милијарди америчких долара, у Intelu ова вриједност износи 170 милијарди долара, Philippa Morrissa 160 милијарди долара итд. (Lew B., New Math for a New Economy, Fast Company, December 19, 2007, преузето са веб-сајта <www.fastcompany.com>, приступљено 22. марта 2011. г.).

Са растом значаја нематеријалних средстава, Одбор за међународне рачуноводствене стандарде (IASB) је прописао Међународни рачуноводствени стандард (MPC) 38 и њиме се детаљније дефинише нематеријална имовина, начин признавања и вредновања исте. Што се тиче домаће рачуноводствене праксе, о истом питању, такође је предмет расправе и контравезних ставова у професионалним круговима. Разлог томе је, већ смо споменули, чињеница да је веома тешко објективно дефинисати и вредновати будуће економске користи од нематеријалних средстава.

На који начин се може објективно *вредновати* вриједност трговачке марке, посебно ако марка није купљена од другог предузећа него је интерно развијена? (Божих и др. 2006). Једино је Microsoft, као лидер на тржишту у области високих информационих технологија успио да излобира да се његови трошкови истраживања и развоја капитализују. То је једина компанија која је успјела у томе, иако наравно и конкуренти уживају погодности за које се овај економски гигант изборио. Намеће се питање да ли ће и друге компаније слиједити овај примјер и да ли ће доћи до измјена рачуноводствених стандарда, имајући у виду овај преседан? Остаје да се види докле ће стићи рачуноводствена пракса када је у питању ова проблематика.