

Prof.dr Duško Vejnović, redovni profesor Univerziteta u Banjoj Luci, predsjednik Evropskog defendologija centra Banja Luka i glavni i odgovorni urednik naučnih časopisa Defendologija i Sociološki diskurs

INTELEKTUALNI KAPITAL U FUNKCIJI RAZVOJA

Preduzeća danas djeluju u veoma neizvjesnoj i nepromjenljivoj okolini i stoga moraju razvijati sposobnosti učenja i prilagođivanja takvim uslovima poslovanja. Te se sposobnosti učenja i adaptacije vežu uz novu ekonomsku kategoriju – intelektualni kapital (IK). Posljednjih nekoliko desetljeća, intelektualni kapital, u literaturi, zauzima zapaženo mjesto kao osnovni resurs koji kompanijama treba da obezbijedi konkurentnu prednost. Sve kompanije, koje budu naučile da upravljaju znanjem kao alatom budućnosti, mogu sebi da predvide veoma svijetlu budućnost. Znanje je vrednije i moćnije od prirodnih resursa, ogromnih fabrika ili mnoštva bankovnih računa. U skoro svim poljima poslovanja uspjeh postižu kompanije koje imaju najbolje informacije, ali koje istovremeno znaju najbolje i najefikasnije da ih iskoriste i upravljaju njima. Dok su fizički i finansijski kapital glavna obilježja industrijske ekonomije, u modernom svijetu biznisa, izvor nove vrijednosti je ono što je dinamično, mobilno, prilagodljivo i neopipljivo. U današnjoj ekonomiji kapital je neopipljiv i sastoji se od imidža, robnih marki, tradicije, odnosa s kupcima, povezanosti s partnerima, iskustva i vještina u poslovanju, te u znanju i sposobnosti zaposlenika. Ti pokazatelji, koji čine neopipljiv kapital danas stvaraju znatno više nove vrijednosti u odnosu na tradicionalne i opipljive pokazatelje. Znanje zaposlenika, njihovo poslovno iskustvo, ideje, inovacije, motivacije, spremnost za timski rad obogaćuje organizacionu kulturu i unapređuje procese unutar kompanije i omogućava stvaranje više novog znanja u odnosu na troškove poslovanja. Tako, najvredniji dio kapitala savremenih kompanija postaje neopipljiv i često „nevidljiv“ postojećim računovodstvenim metrikama. Neopipljiva i skrivena imovina čini znatan dio vrijednosti modernih kompanija. Međutim nju je teško uočiti i mjeriti, pa u velikom broju kompanije ni ne obraćaju pažnju na taj dio svoje vrijednosti. U računovodstvenom smislu taj dio vrijednosti svodi se na razliku tržišta i knjigovodstvene vrijednosti u trenutku kupnje. Pod intelektualnim kapitalom ne podrazumijeva se gomila doktora zaključenih u nekoj zabačenoj i prašnjavoj kancelariji, niti intelektualna svojina (patenti i prava, mada su oni dio intelektualnog kapitala). **Intelektualni kapital je zbir svega što svi u kompaniji znaju, a što joj daje konkurentnu prednost.** Putem standardnih metoda, mjerenje vrijednosti još se ne uspijeva prilagoditi novonastalim prilikama, savremene kompanije se trude dovesti u vezu znanje zaposlenika s finansijskim rezultatima kompanije. Time se

dolazi do pojma intelektualni kapital. U stručnoj literaturi, pojam intelektualni kapital koristi se kao sinonim za neopipljivu imovinu (neopipljive faktore poslovanja) organizacije, koja značajno utiče na uspjeh poslovanja, no nije eksplicitno izražena u bilansama. Izraz „intelektualni“ označava da je izvor tog kapitala intelekt tj. znanje u različitim oblicima, a susrećemo se s njegova dva pojavna oblika:

- ❖ materijalnim u obliku planova, nacрта, patenata, licenci, bazama podataka, priručnika, poslovnika, korporacionih standarda, kompjuterskih programa, itd.
- ❖ nematerijalnim, koji je u glavama zaposlenih (znanje, vizija, sposobnost djelovanja, rješavanja problema, leadership, kultura, iskustvo...), a u literaturi se naziva skrivano znanje.

Cilj svake organizacije je da *tacitno*, nematerijalno znanje pretvori u materijalno, eksplicitno znanje, koje tada predstavlja vlasništvo organizacije, i nije otuđivo. Iako je znanje bilo osnovni izvor dugoročnog ekonomskog rasta još od industrijske revolucije, ono što razlikuje njegovo današnje značenje, kao generatora rasta, jest da je informaciono – komunikaciona tehnologija ubrzala pomak prema ekonomiji znanja, omogućivši da se informacije prenose na veliku udaljenost s niskim troškovima. Godinama se ekonomski razvoj zasnivao na izgradnji infrastrukture i tvornica, opipljivih dokaza razvitka. Savremena proizvodnja sve više poprima neopipljivi oblik, i zasnovana je više na korištenju ideja, informacija i znanja, nego na materijalnim stvarima. Stoga je danas težište stavljeno na razvoju neopipljivog kapitala. Intelektualni kapital možemo klasificirati u dva segmenta:

- Humani kapital i
- Strukturni kapital.

Humani kapital čine zaposlenici s cjelokupnim rasponom individualnog i kolektivnog znanja, sposobnosti, mogućnosti, ponašanja, iskustva i emocija. S tim u vezi, valja reći to da zaposlenici sami po sebi nisu poslodavčev humani kapital, nego to postaju tek onda kada svoje znanje i sposobnosti pretoče u djela (usklađena s poslovnom strategijom), koja pridonose stvaranju vrijednosti (materijalne i nematerijalne) za organizaciju (dodana vrijednost, novi klijenti, bolji imidž, uspješnija organizacija, profitabilan proizvod, novi proizvod i poboljšani proizvod). Pod **kompetencijama** se ponajprije podrazumijevaju stručne sposobnosti zaposlenih, tj. sposobnosti da u datim okolnostima tačno znaju što, kako i kada treba činiti. U organizacijama koje žele poslovati uspješno, kompetencije valja stalno poticati i unapređivati. Osim stručnih kompetencija, važna je tzv. socijalna kompetencija, pod

kojom se misli na uspješnost rada s drugim ljudima (npr. način ophođenja i komuniciranja, timski rad, uklapanje u zajednicu), kao i komercijalne kompetencija, koja označava sposobnost zaposlenih da svoje djelovanje usmjeravaju za stvaranje vrijednosti. Kada govorimo o *odnosima*, mislimo ne ekonomsku kategoriju saradnje. Ekonomski relevantni jesu samo oni odnosi, kojima je krajnja svrha stvaranja vrijednosti. Što zaposlenici s kolegama, klijentima, partnerima ili drugim stručnjacima uspješnije izgrađuju odnose koji imaju svrhe, to će organizacija poslovati bolje. Naime, jedino u interakciji s drugim nastaje sinergijski efekat, a kolektivno znanje višestruko je veće nego znanje pojedinaca. Jedan od oblika relacionog kapitala HC jest umreživanje stručnjaka u forum radi kvalitetne razmjene znanja i iskustva pri rješavanju problema, kao i stvaranja nove vrijednosti za organizaciju. *Vrijednosti* kod humanog kapitala značajno su uslovljene postojećim individualnim i kolektivnim vrijednostima, tj predodžbama zaposlenih o tome što se u njihovoj firmi stvarno cijeni i vrijednuje, a šta se smatra nepoželjnim ponašanjem. Mada su često neartikulisane, predodžbe snažno utiču na načine i modele poslovanja, na sredstva i na djelovanje zaposlenih. Vrijednosti sistema čine osnovicu korporativne kulture, jer su direktna posljedica načina na koji se radi i načina na koji menadžeri vode posao. I da ima najbolje kvalifikacije, ni jedan stručnjak ne može se smatrati humanim kapitalom dok svojim prinosom stvaranju vrijednosti ne uspijeva opravdati investicije u sebe (platu, doprinose, treninge, motivacione programe). U ekonomiji znanja, humani kapital postaje ključni faktor poslovanja, jer se znanje i sposobnosti investiraju u organizaciju. Upravo zbog toga, humani kapital ne treba tretirati kao trošak. Naprotiv, izdatke za platu, troškove treninga, te razne povlastice što ih poslodavac dodjeljuje zaposlenima treba smatrati investicijom. Po logici samog poslovanja, teži se smanjivanju troškova, ali to nikako nije slučaj kada je riječ o investicijama. Ako ulaganje u zaposlene poslodavac smatra investicijama, tada će od njih zahtijevati njihov intelektualni prinos, ali će ga, zato, i cijiniti. To će podstaknuti sve one koji „znaju i žele, a nemaju prilike“, a uzdrmati one koji „imaju priliku, a ne žele i ne znaju“. Logično je to što investitor očekuje da će mu se isplatiti ulaganje, koje, doduše, nije isplativo u kratkom roku, ali, zato, dobit od njega znatno je veća nego dobit od ulaganja drugih vrsta. Odlike humanog kapitala jesu intelektualna sposobnost, sposobnost kombinovanja, umijeće rješavanja problema (znanje), ustrajnost i inicijativa. Sposobni i angažovani ljudi smatraju se ključnom imovinom organizacije jer, dok su u radnom odnosu, njihov intelektualni input i radni rezultati „pripadaju“ organizaciji. No, kako ti ljudi u svakom trenutku mogu otići iz organizacije, njihovo znanje i sposobnosti, na neki način, treba pretvoriti u kolektivno znanje, koje ostaje u trajnom vlasništvu organizacije (npr. u obliku zapisa, podaci o potrošačima, prepričanim iskustvima, izvještaji, nacrti, programi, savjeti, mentorstvo). Zbog toga, poslovnu je organizaciju potrebno strukturisati na odgovarajući način, pod čime se, u pravilu, podrazumijevaju decentralizacija i veća

samostalnost na nižim organizacionim nivoima. Pritom je, takođe, važno njegovati neformalne odnose, jer se na taj način omogućava prenošenje znanja i iskustva, te potiče na preuzimanje rizika i na inicijativnost. Naročito je potrebno osposobiti fleksibilne i umrežene strukture, čime se već zahvaća u drugu komponentu intelektualnog kapitala, odnosno u strukturni kapital. Strukturni kapital predstavlja sposobnost organizacije da koristi inovativni i intelektualni potencijal svojih zaposlenika. On se, najčešće, operacionalizuje kroz informacioni sistem, softver, vještine i iskustva koje organizacija ugrađuje u procese i sisteme. Strukturni kapital je ono što ostane u organizaciji kada njeni zaposlenici napuste svoja radna mjesta po završetku radnog vremena i odu kući. On predstavlja recepte znanja, kojima neko drugi može povećati vrijednosti na dobrobit organizacije