МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН - СВЕТИ НИКОЛЕ - БИТОЛА - Р.МАКЕДОНИЈА
СВЕТИ НИКОЛЕ: ул. Маршал Тито 77; 032 440 330; 032 440 202; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
БИТОЛА: ул. Новачки Пат бб; 047 238 077; 047 222 503; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
www.msu.edu.mk

Факултет за економија и организација на претприемништвото
Менаџмент на човечки ресурси во мали и средни организации

Тони Георгиев

магистерски труд

МЕНАЏИРАЊЕ И ВРЕДНУВАЊЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Ментор:
проф. д-р Павлина Стојанова

Свети Николе, 2020

Благодарност

Сакам да изразам благодарност до сите кои помогнаа при реализирањето на овој магистерски труд за да ја добие потребната форма и содржина во која ќе биде презентиран.

Искрена благодарност за стручните консултации и насоката за изработка на овој магистерски труд упатувам до менторотпроф. д-р Павлина Стојанова.

Искрена благодарност кон моето семејство, а особено кон родителите кои ми даваа секогаш морална поддршка во изработката и одбраната на магистерскиот труд.

Исто така, изразувам благодарност до сите кои одговорија на моите прашања со што овој труд ја доби својата оригинална научно-стручна истражувачка содржина и форма.

Тони Георгиев

АБСТРАКТ

Основен креатор на интелектуалниот капитал се човечките потенцијали и затоа менаџерите имаат задача да го унапредуваат квалитетот на постоечките вработени, но и на нововработените. Организациите кои учат да создаваат интелектуален капитал на него и ја базираат својата стратегија. Главна причина поради која се дава големо значење на нематеријалната страна е тоа што сé повеќе вредности се создаваат со знаење, а помалку со материјални ресурси. Интелектуалниот капитал не е составна компонента на официјалните финансиски извештаи, но постои во дополнителните извештаи за интелектуалниот капитал во организациитена пазарно развиените земји, како и во некои наши организации. Интелектуалниот капитал е составен од: човечки, структурен и потрошувачки капитал.

Анализата на добиените податоци од истражувањето ја потврдија генералната хипотеза и покажаа дека доколку интелектуалниот капитал правилно се вреднува и менаџира ќе има многу бенефити за организацијата во сите насоки на нејзиното делување.

Клучни зборови:*интелектуален капитал, знаење, човечки капитал, структурен капитал, потрошувачки капитал*

АБСТРАКТНЫЕ

Главный создатель интеллектуального капитала и менеджеров в области людских ресурсов, следовательно, обязаны улучшить качество существующих сотрудников и новых сотрудников. Компании научиться создавать интеллектуальный капитал для него и основывать свою стратегию. Основная причина уделяется большое значение нематериальному стороны, является то, что все чаще создают ценности знания, и с меньшими материальными ресурсами. Интеллектуальный капитал является неотъемлемой составной частью официальных финансовых отчетов, но есть дополнительные отчеты об интеллектуальном капитале на предприятиях в странах с рыночной развитой и в некоторых из наших предприятий. Интеллектуальный капитал состоит из: человеческого, структурного и потребительского капитала.

Анализ данных, полученных в результате исследования, подтвердил общую гипотезу и показал, что если интеллектуальный капитал будет должным образом оценен и управляем, организация получит много преимуществ во всех направлениях ее деятельности.

Ключевые слова:*интеллектуальный капитал, знания, человеческий капитал, структурный капитал, капитал клиента*

ABSTRACT

Main creator of intellectual capital and human resources managers therefore have a duty to improve the quality of existing employees and new employees. Enterprises learn to create intellectual capital to it and base their strategy. The main reason given great importance to the intangible side, is that increasingly values create knowledge, and with less material resources. Intellectual capital is an integral component of official financial reports, but there is the additional reports on intellectual capital in enterprises to market-developed countries and in some of our businesses. Intellectual capital is comprised of: human, structural and consumer capital.

The analysis of the data obtained from the research confirmed the general hypothesis and showed that if the intellectual capital is properly valued and managed, there will be many benefits for the organization in all directions of its action.

Keywords: *intellectual capital, knowledge, human capital, structural capital, customer capital*

СОДРЖИНА

ВОВЕД 7

I ТЕОРЕТСКИ ДЕЛ 9

1.ШТО Е ЗНАЕЊЕ 9
1.1 УПРАВУВАЊЕ СО ЗНАЕЊЕТО 10
1.2 УПРАВУВАЊЕТО СО ЗНАЕЊЕ И ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 13
1.3 ЗНАЧЕЊЕ И КАРАКТЕРИСТИКИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ И МЕЃУЗАВИСНОСТ НА УПРАВУВАЊЕТО СО ЗНАЕЊЕТО 15

2.РЕТРОСПЕКТИВА НА РАЗВОЈОТ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 18
2.1 ПОИМ И КАРАКТЕРИСТИКИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 21
2.2 СТРУКТУРНИ КОМПОНЕНТИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 23
2.3 ИЗВОРИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 25
2.4 ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ КАКО НАЈВАЖЕН ДЕЛ ОД КАПИТАЛОТ НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА 29
2.5 ПОИМ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ 30
2.5.1 ЧОВЕЧКИ КАПИТАЛ 32
2.5.2 СТРУКТУРЕН КАПИТАЛ 35
2.5.3 ПОТРОШУВАЧКИ КАПИТАЛ 37
2.6 ПРИНЦИПИ НА УСПЕШНИТЕ БРЕНДОВИ 41

3.УПРАВУВАЊЕ СО ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ 43
3.1 ФАЗИ НА УПРАВУВАЊЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 45
3.2 ЕФЕКТИ ОД УПРАВУВАЊЕТО НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 47
3.3 ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ КАКО ВАЖНА ПЕРФОРМАНСА ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА 49
3.4 ФИНАНСИСКО ИЗВЕСТУВАЊЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ 52
3.5 ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ КАКО ЕЛЕМЕНТ НА ДЕЛОВНО ОДЛУЧУВАЊЕ 56

II ИСТРАЖУВАЧКИ ДЕЛ 59

4.ПРОБЛЕМ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО 59
5.ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО 59
6.ХИПОТЕЗА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО 59
7. МЕТОДОЛОШКИ ДЕЛ 60
7.1 МЕТОДИ И ТЕХНИКИ 60
7.2 ИСПИТАНИЦИ 61
7.3 ИНДИКАТОРИ 68
7.4 ПОСТАПКА ВО ИСТРАЖУВАЊЕТО 68
7.5 ОБРАБОТКА НА ПОДАТОЦИ 69

III РЕЗУЛТАТИ 70

IV ДИСКУСИЈА 90

vЗАКЛУЧОК 95

VIЛИТЕРАТУРА 98

ПРИЛОГ 101

ВОВЕД

Знаењето претставува најважен сегмент што може да го поседува една организација од кој било вид. Економијата на знаење им помага на организациите постојано да ги подобруваат производните процеси, а со самото тоа и производите. Факторите на производството кои се користат во економијата на знаење се истите оние кои се користат во конвенционалната економија, но разликата е во тоа што се користат во многу помала количина со што, всушност, на крајните производи им се дава додадена вредност. Токму затоа, економијата на знаење е онаа која за својата работа користи многу помалку капитал, суровини, енергија и труд. Скоро сите современи организации се базираат на знаењата. Успешноста во работењето на организациите, всушност, се проценува со брзината со која се развиваат знаењата, па соодветно на тоа, нивната успешност зависи од подготвеноста на вработените за дополнително учење. Тековните и идните промени целосно го менуваат односот кон знаењето и кон интелектуалниот капитал. Кога се зборува за капитал, не се мисли само на финансискиот, туку овде спаѓаат и човечкиот и интелектуалниот труд. Финансискиот капитал секаде е нагласен и сите го разбираат, но тој сам по себе не може да донесе успех во бизнисот без човечкиот и интелектуалниот капитал. Финансискиот капитал се однесува на тоа колкава финансиска моќ има една организација, човечкиот капитал се однесува на личностите/субјектите кои се вклучени во организацијата, а интелектуалниот капитал се однесува на знаењето, искуството и вештините со кои располага.

Според едно истражување од Стендфорскиот универзитет во САД, вкупното човечко знаење настанато до 1900та година, се дуплирало до 1950та година. Оттогаш, ова знаење се дуплира на секој 5 – 8 години. Освен што овој податок претставува занимливост, има и несогледливи импликации во секојдневниот живот – и приватниот и деловниот. На приватен план, ова има последица на тој начин што индивидуалните личности, како и земјите на кои им е достапно ова знаење стекнуваат големи потенцијали со кои континуирано го зголемуваат својот животен стандард, квалитетот на животот, како и богатството. На деловниот живот и, воопшто, на светот, овој напредок во знаењето влијае, така што секојдневно се менува начинот на досегашниот живот. На почетокот на овој век се случиле следниве големи промени:

- економијата, животот и општеството станале сè посложени;

- времето во кое се живеело е сé понепредвидливо;
- деловната природа претрпела радикални промени;
- сè повеќе работи (струки) исчезнуваат поради технолошкиот развој;
- минатото сè помалку се користи како патоказ за иднината.

Уште сега е тешко да се предвиди кои знаења и вештини ќе бидат потребни за наредните 10 години. Како што е веќе спомнато, вкупното знаење се дуплира на секои 5 – 8 години што би значело дека и знаењето на секој од нас треба, исто така, да се дуплира за да сме во можност да држиме чекор со промените кои настануваат. Оние кои нема да држат чекор со овие промени, незапирливо ќе заостануваат. Организациите во кои знаењето се вреднува како посебен ресурс кои вложуваат во образованието и науката во кои е развиена информатичката технологија и во кои се цени индивидуалноста, способноста и креативноста на индивидуалните единки, може да се наречат иновативни организации. Во денешно време организациите се свесни дека единствен начин на кој може да се освои и задржи предноста е да се учи побргу од конкуренцијата. Поради сето ова, сè повеќе организации го применуваат концептот на организацијата на знаењето и, на тој начин, остваруваат предност на пазарот. Организациите на знаењата кои се спремни на брзо учење се карактеризираат со: брзо реагирање на желбите на купувачите; совладување на новите технолошки достигнувања; смалување на временските циклуси; спремност на иновации; самодоверба и прилагодливост на промените во околината; и иницијатива, одлучно и „безболно“ спроведување на сите неопходни промени.

За да може интелектуалниот капитал да дојде до полн израз и да може на сите членови на организацијата да им донесе нов профит и нови можности, потребно е менаџерите да почнат да ја гледаат својата организација низ призмата на знаењето. Тоа е така, бидејќи менаџерите се оние кои се одговорни за своето и знаењето на своите подредени. Во таа смисла, потребно е да се утврди што е она што го сочинува интелектуалниот капитал на организацијата, да се вреднува на правилен начин, а потоа да се рашири низ целата организација. Знаењето станува капитал во оној момент, кога тоа носи нов квалитет и нова вредност. Според тоа, интелектуалниот капитал може да се нарече само она знаење кое е применливо и од кое организацијата има практична корист.

I ТЕОРЕТСКИ ДЕЛ

1. ШТО Е ЗНАЕЊЕ

Во книгата на Швеѓанецот Карл *„Ново организациско богатство“,* знаењето е дефинирано како индивидуално, нечујно, насочено, базирано на правила и во постојани промени. Интелектуалниот капитал и менаџментот на знаење ги дефинира како близнаци или две гранки од едно дрво.

Со оглед на комплексноста на терминот, знаењето се изразува како компетентност која, пак, претставува волумен на делувањето и се состои од 5 меѓусебно зависни елементи и тоа:

- експлицитно знаење,
- вештини,
- искуство,
- вредности и
- општествена мрежа.

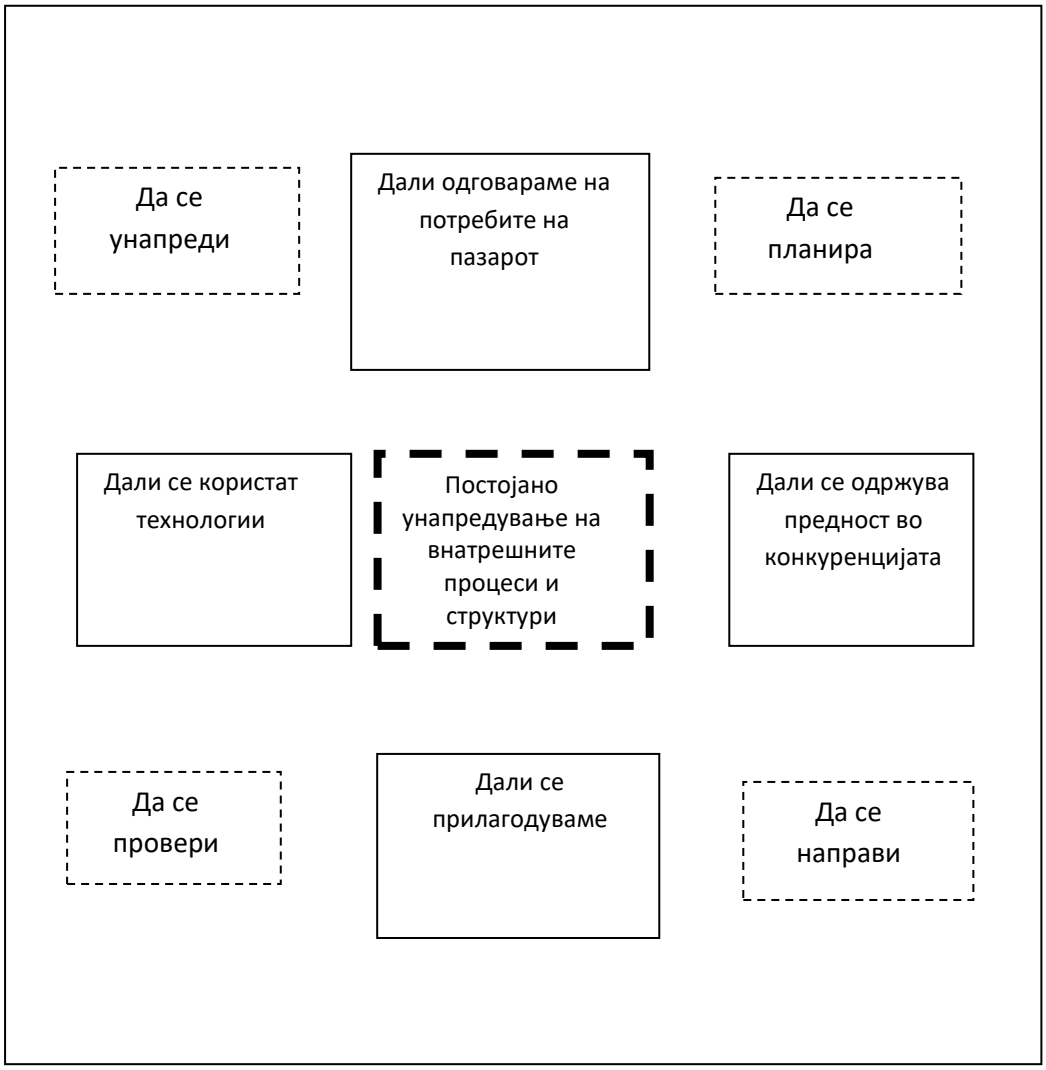
Во времето пред нас, учењето е лична одговорност, а тоа би значело дека луѓето треба да ја преземат одговорноста за своето знаење и квалитетот на работата која ја извршуваат без да чекаат иницијативата за стекнување знаење да дојде од повисоките менаџерски нивоа. Според сето ова, може да се заклучи дека иднина и перспектива имаат оние општества, организации и поединци кои ги поседуваат неопходните знаења и вештини кои им овозможуваат да надвладеат во брзите промени, сложеноста на опкружувањето, како и несигурноста на времето. Авторите Колин и Малком во својата книга „Забрзано учење за 21 век“, сметаат дека иднината им припаѓа на оние кои ќе совладаат три работи: забрзано учење, поголема меморија и креативно размислување.

Економијата на знаење го поддржува креирањето на знаењето од страна на вработените и им помага во користењето на нивното знаење заради остварување на целите на организацијата.

1.1. УПРАВУВАЊЕ СО ЗНАЕЊЕТО

Организацијата е во можност да го поттикне работењето и да оствари конкурентска предност благодарение на создадениот интелектуален капитал со што на тој начин истовремено станува извор, но и корисник на интелектуалниот капитал. Со ефикасно управување на знаењето на вработените од страна на менаџментот во претпријатието се зголемува неговиот инелектуален капитал. Знаењето, умеењето, инелектуалната способност на секој поединец низ интегрирање во организациската мрежа доведува до зголемување на интелектуалниот капитал во организацијата. Во современите организации, фокусот на работењето се поместува од финансискиот на интелектуалниот капитал. Основен креатор на интелектуалниот капитал се човечките потенцијали и затоа менаџерите имаат задача да го унапредуваат квалитетот на постојните вработени, но и на нововработените. Со оглед на турбулентното опкружување и мноштвото предизвици на кои е изложена организацијата, менаџментот треба да поттикнува размена на информациите и знаењата и да поттикнува непрекинато образование на вработените заради создавање поквалитетни човечки потенцијали. Основен начин на внатрешно генерирање на интелектуалниот потенцијал се активности како истражувањето и развојот. Организацијата ги зголемува перформансите на вработените, а со самото тоа ја зголемува и вредноста на расположливиот неопиплив имот. Императив на современото работење и услов за иден развој на организацијата е усовршувањето на вработените преку инвестирање во нивна едукација. Оваа инвестиција ги унапредува односите со клиентите и околината и ѝ обезбедува на организацијата конкурентна предност. Организациското учење подразбира кумулирање, дистрибуција и употреба на знаењето со фокус на зголемување на инелектуалниот капитал. Специфичноста на знаењето како неограничен ресурс, квалитетот и квантитетот на знањето кои организацијата ги создава, првенствено, зависат од способноста на организациското учење, затоа се вели дека современа организација е онаа која учи. Овој вид учење е основа при поставување сратегија за создавање на интелектуалниот капитал. Во организацијата која учи, менаџментот и нејзините вработени развиваат способност за непрекинато учење, соодветно управување со знаењето кое го усвојуваат, разменуваат и имплементираат при реализација на деловните активности и донесувањето соодветни деловни одлуки.

Современата организација која учи можно е да биде прикажана со неколку делови, каде унапредувањето на внатрешните процеси и структури е ставено во фокус. Централниот дел кој ги содржи активностите за планирање, конкретните активности за проверка и непрекинатото унапредување ги активира сите останати делови и, на тој начин, создава правилно функционирање на учењето. Горе споменатото е претставено на следната шема[1]:



Шема бр. 1 *Организацијата како извор и корисник на интелектуалниот капитал*.

При донесувањето на деловните планови кои треба да се фокусирани на создавање и задржување на конкурентската предност, мора да се прифатат барањата на

[1] Milačić, V. R. (1999): „Intelektualni kapital – apologije ljudskog duha“, ECPD (Evropski centar za mir i razvoj), Univerzitet za mir Ujedinjenih nacija, Beograd, str. 173.

пазарот, а организацијата мора да биде флексибилна и приспособлива на промените кои доаѓаат од околината. Организацијата треба да ја прилагоди својата работа со важечките законски прописи и прописите на професионална регулатива. Најважен ресурс во делувањето на современите организации се токму информациите и знаењето. Завидна положба на пазарот може да оствари само онаа организација која преку учење го зголемува организациското знаење. Најважна корист од ова знаење се[2]:

- одржување на нивото на иновација и конкурентност;
- подобрување на можностите за реагирање на надворешните притисоци;
- поседување знаење за подобро поврзување на ресурсите со потребите на купувачите;
- унапредување на квалитетот на сите нивоа;
- унапредување на корпоративниот имиџ со сè поголема ориентација на луѓето;
- забрзување на темпото на промена во организацијата.

Иновативните процеси во современите организации се реализираат во сите тесни сегменти кои располагаат со знаење, информации и се поврзани со истражувачко развојните активности во функција на создавање и унапредување на интелектуалниот капитал. Организациите кои учат да создаваат интелектуален капитал ја базираат својата стратегија врз интелектуалниот капитал. Овие организации ја зголемуваат сопствената флексибилност и иновативност и развиваат способност за брза приспособливост на новите пазарни барања благодарение на тоа што создаваат соодветна клима во организацијата со непрекинато стимулирање и развивање и уважување на способностите на вработените, развивање на способностите за учење, градењето добри односи со потрошувачите, дистрибутерите, околината и со непрекинато вложување во активности – поврзани со истражувањето.

[2]Vargas-Hernadez, J; Reza-Noruzi, M. (2010): „How Intellectual Capital and Learning Organization Can Foster Organizational Competitiveness?, International Journal of Business and Management, Canadian Center of Science and Education, Vol. 5, No. 4, p. 187.

1.2. УПРАВУВАЊЕ СО ЗНАЕЊЕТО И СО ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Управувањето со знаењето претставува темел на интелектуалниот капитал. Управувањето со знаењето, всушност, претставува создавање нови услови со кои се овозможува зголемување на знаењето, трансформација, како и размена, за да може да се максимизира интелекталниот капитал. Знаењата кои ги поседуваат организациите можат да бидат од различни видови, при што некои од нив може да се купат на пазарот, но некои мора да се стекнат низ работата.[3] Терминот учење низ работа прв го употребил нобеловецот Kenneth Arrow во 1962 година. Тој забележал дека за време на Втората светска војна, времето потребно за производство на вториот авион, значително се намалило, во однос на времето потребно за производство на првиот. Според него, заштедата на време произлегувала од споделеното искуство меѓу луѓето за време на работата, при што тој забележува дека е скоро невозможно да се копира работата на другите, бидејќи, според него, знаењето на работниците е од исклучително значење. Разликата помеѓу општиот работник и работникот на знаење можеби најдобро ја има опишано Дракер[4] кој истакнува дека општиот работник ги произведува добрата со свои раце, за разлика од работникот на знаење кој работи со својата глава. Важно е да се забележи дека Дракер сметал дека работникот на знаење е образована индивидуа и експерт во својата област. Тој наведува дека во САД повеќе од 60% од работниците се работници на знаењето. Општо кажано, знаењето претставува неограничен ресурс, па токму затоа, секогаш може да се смета на неговите бескрајно многу можности. Кога се разгледува од економска страна, со употреба на знаењето, тоа не се троши, туку се зголемува, бидејќи тоа постојано се проширува. За време на традиционалната економија производот со себе не содржел останати додатоци, додека економијата на знаењето во производот ги вклучува квалитетот, дизајнот, функционалноста и корисноста. Сепак, потребно е да се нагласи дека економијата на знаењето користи интелигентни решенија со кои се троши малку енергија за производство на еден производ, со што се зголемува коефициентот на корисноста.

[3]Sundać D., Švast N., INTELEKTUALNI KAPITALTEMELJNI ČIMBENIK KONKURENTNOSTIPODUZEĆA, Загреб 2009

[4]Drucker P., Efective Executive (1966)

Традиционалната економија се заснова на масовното производство, а успешноста на работењето на организацијата зависи исклучиво од материјалниот имот. Соодветно на тоа, целиот систем за мерење на успешноста на работата на организацијата порано бил зависен од материјалните ресурси, а вкупните приходи биле најважен показател во годишните извештаи за работата на организацијата. Денес не е ништо сменето, односно вкупните приходи и профитот, сè уште се најважниот показател за успешноста на организацијата, но сè повеќе менаџери стануваат свесни за фактот дека овие традиционални показатели сè почесто не ја даваат вистинската слика за успешноста на работењето на соодветната организација. Така, расте сознанието дека успешноста во работата на современите организации повеќе не се мери само според создадениот материјален имот, туку се мери според способноста да создава сè повеќе ефикасни вредности. Општо гледано, може да се смета дека успешноста во работењето на современите организации зависи од успешноста на управувањето на материјалниот и нематеријалниот имот. Во последниве години, уделот на нематеријалниот имот сé повеќе расте, додека материјалниот сé повеќе се намалува. Зголемениот интерес за менатеријалниот имот настанува кога, всушност, се појавиле сознанијата дека сметководствените извештаи не ја покажуваат реалната слика на вредноста. Сметководствено гледано, денес организациите бележат сè поголема разлика помеѓу пазарната вредност и прикажаната книговодствена вредност. Најголема ваква разлика се забележува кај организациите кои припаѓаат на технолошките и индустриските гранки, каде, всушност, најмногу се инвестира во нематеријалниот имот. Главна причина поради која се дава големо значење на нематеријалната страна е тоа што сè повеќе вредности се создаваат со знаење, а помалку со материјални ресурси.

1.3. ЗНАЧЕЊЕ И КАРАКТЕРИСТИКА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ И МЕЃУЗАВИСНОСТ НА УПРАВУВАЊЕТО СО ЗНАЕЊЕ

Во современите услови знаењето претставува основен елемент за остварување на конкурентноста, ефикасноста и профитабилноста на работењето. Неопходни се високообразовани менаџери – професионалци, како основа и двигатели на напредокот, заедно со сите вработени. Денеска стратешките цели на една организација не може ни да се дефинираат без знаење, а со самото тоа не може ни да се остварат. Важноста за потребата за управување со знаење со цел подобрување на ефикасноста на работењето е особено јасна, но постои проблем за организациите во процесот на собирање, ширење и употреба на знаењето. Во сите области на работењето, потребата за знаење не е иста. На пример, во информациските технологии потребата од знаење е далеку поголема отколку во класичните индустриски гранки, како на пример, во текстилната индустрија. [5] Како за теоретичарите, така и за практичарите значаен проблем претставува дефинирањето и примената на концептот на управување со знаење. Само управувањето со знаење претставува нов концепт во менаџмент и нема единствено прифатени дефиниции. Според Малхатра [6], управувањето со знаење одговара на критични прашања на организацискатa адаптација и развој на способностите. Суштински, тоа обезбедува организациски процеси кои бараат синергиска комбинација на податоци и капацитет за нивна обработка, информатички технологиии со креативен и иновативен капацитет на луѓе.

Цел на управувањето со знаење е да се обезбедат најновите знаења и тие да се трансферираат до оние кои носат одлуки за да може да се искористат за подобрување на ефикасноста. Управувањето со знаењето е континуиран процес со оглед дека организациите не можат своето работење да го засноваат на исти информации и знаење, нив треба континуирано да ги иновираат со цел брза адаптација на промените во околината. Може да се констатира дека управувањето со знаење претставува процес на прибирање, складирање, анализа, интерпретација, проследување и употреба на

[5]Garvey, B; Willianson, B. (2002): „Beyond Knowledge Management“, Pearson Education, Ltd.

[6]Malhatra, Y. (2000): “Knowledge Management for e-Business Performance – Advancing Information Strategy to Internet Time”, The Executive Journal, Vol. 16.

информацииите на организацијата. Секоја современа организација би требало да создава база на најактуелни знаења кои непрекинато ќе се иновираат. Задача на организацијата е постоечкото знаење да го шири и направи достапно, како и да го трансформира во новосоздаена вредност, т.н. продуктивна вредност. Во сегашние услови сè повеќе се појавуваат организации кои креираат, создаваат и користат знаење. Ова најмногу се однесува на менаџерите, но и на сите вработени кои претставуваат активни актери во тој процес. Сето досега споменато е карактеристично за организациите со високи технологии, односно информациски технологиии, фармацевски индустрии и др.

Организациите кои се засновани на знаење ги стават во фокус високостручните професионалци кои знаат како и на кој начин да го креираат и користат знаењето. Тоа претставува важна економска и продуктивна сила на современите организации во развиените земји. Постојаното подобрување на сите активности, развивањето нови идеи и непрекинатите иновации како системски процес, всушност, овозможуваат создавање нови знаења. Секоја организизација која се базира на знаење би требало да дефинира програма за создавање знаење (не само создавање ново знаење, туку и негово ширење на сите учесници или системи на организацијата). Програмата треба да подразбира[7]:

- создавање визија за знаењето;
- развивање тим за знаење;
- изградба на поле на интеракција помеѓу вработените;
- поврзување на процесите за развој со нови производи;
- усвојување улоги на средни менаџери;
- преод на хипертест на организацијата и
- создавање мрежа на знаење со надворешниот свет.

Во XX век менаџерите добиле моќ од сопствениците со соодветни техники и методи да управуваат со процесите и луѓето. Меѓутоа, корстењето на управувачките методи не е доволна во XXI век, туку е потребно знаење како движечка сила за развој на организациите. Поради тоа, моќта преминува од менаџерите на оние кои го создаваат знаењето, а тоа се т.н. работници на знањето.[8] Моќта која е фокусирана на управувањето преминува на моќ фокусирана на знаењето, т.е. моќта од менаџерите

[7]Nonaka, J; Takenchi, H. (1995): „The Knowledge Creating Company“, Oxford University Press
[8]Drucker, P. (1991): „Inovacije i preduzetništvo“, Privredni pregled, Beograd

преминува на работниците на знаењето. Всушност, вниманието се врти кон знаењето и неговото вградување во процесите и програмите. Користа од интелектуалниот капитал е прикажана на следната шема[9]:



Шема 2. *Корист од интелектуалниот капитал.*

Оваа шема прикажува повеќекратна корист од интелектуалниот капитал. Соодветното управување со интелектуалниот капитал води до зголемена способност за создавање новододадена вредност која придонесува кон зголемување на вредноста на самата организација, поефикасно користење на потенцијалот, се унапредуваат деловните процеси, дејството на човечкот капитал станува многу поефкасно, вработение се помотивирани, комуникацијата во организацијата е поуспешна, доаѓа до

[9]Stewart, T. A. (1997): „ The Intellectual Capital, the New Wealth of Organization“, Doubleday, New York, p. 54.

унапредување на имиџот, порошувачите стануваат позадоволни, а пазарната вредност на самата организација значително се зголемува.

2. РЕТРОСПЕКТИВА НА РАЗВОЈОТ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Без сомнение, иако интелектуалниот капитал е од понов датум и тој е прифатен од страна на организациите со високи перформанси, прво, во нордиските земји, а потоа и во останатите пазарно развиени земји. Точно е дека тој не е составна компонента на официјалните финансиски извештаи, но постои во дополнителните извештаи за интелектуалниот капитал во организациите на пазарно развиените земји, како и во некои наши организации. Во споменатите извештаи се прикажува индивдуалното делување заради подобро разбирање што ја опфаќа вредноста на бизнисот и како подобро да се управува со човечките потенцијали кои создаваат дополнитена вредност со ефикасно активирање на материјалните, финансиските и нематеријалните фактори во процесот на делување. Наредната табела ја прикажува ретроспективата на развојот на интелектуалниот капитал на крајот на XX век. Таа прикажува хронолошки преглед на важни придонеси во идентифкување, мерење и известување за интелектуалниот капитал во последните 2 децении на минатиот век.[10]

Табела 1. Ретроспектива на развојот на интелектуалниот капитал на крајот на XXI век

ПЕРИОД	НАПРЕДОК
ПОЧЕТОК НА осумдесеттите	Општ поглед на нематеријалната вредност.
СРЕДИНА НА осумдесеттите	Почеток на информатичкото време и значителлно се зголемува јазот помеѓу книговодствената и пазарната вредност на многу организации.
КРАЈ НА осумдесеттите	Рани обиди на консултантите во практика да состават извештаи кои го мерат интелектуалниот капитал.

[10]Petty, R; Guthrie, J. (2000): „Intellectual Capital“, Literature Review Measurement, Reporting and Management, The University of Hong Kong, Macquaire Graduate School of Management, Sydney, Australia.

ПОЧЕТОК НА деведесеттите	Се систематизираат иницијативи за мерење и известување за уделот на интелектуалниот капитал во организациите за екстерна употреба (Celemi и Skandia, SCSI, 1995.) Skandia AFS 1990 година го поставила Leif Edvinsson за директор на интелектуалниот капитал во организацијата. Ова е прв пат да на улогата управување со интелектуалниот капитал и е доделено место со формален статус. Kaplan и Norton во 1992 годинаго претставиле концептот на картички на урамнотежени показатели на успехот (Balanced Scorecard). Картичката функционирала на принципот на „што ќе измерите, тоа и ќе добиете“
СРЕДИНА НА деведесеттите	Nonaka и Takeuchi во 1995тата година ја претставиле својата работа која се однесува на „Организациите кои се креирани со знаење“. Иако оваа книга се заснова на знаењето, направена е доволно јасна разлика помеѓу знаењето и интелектуалниот капитал за да истата може да биде значајна за оние коисе занимаваат со интелектуален капитал. Во 1994та година започнува со користење на CalamiTango – виот симулационен алат (Simulation Tool). Ова е првиот пазарен производ кој овозможува образование на извршниот персонал и учи за важноста на опипливите поими. Истата година е дополнет годишниот извештај на Skandia кој е концентиран на презентација и вреднување на уделот на организацијата во интелектуалниот капитал. „Визуелизацијата на интелектуалниот капитал“ поттикнала голем интерес кај останатите организации кои го прателе Skandia. Во 1995та година е направена сензација кога Calemi ја искористил ревизијата на знаењето за да може детално да ја прилаже висината на данокот на состојбата на интелектуалниот капитал. Пионирите на движењето на интелектуалниот капитал Kaplan и Norton 1996, Edvinsson и Malone 1997, како и Sveiby 1997 објавуваат бестселери на оваа тема. Edvinsson-овата и Malone-овата работа се базира на процесот и начинот на мерење на интелектуалниот капитал.
КРАЈ НА деведесеттите	Интелектуалниот капитал станува многу популарен на бројни научни, стручни и академски конференции, се појавуваат многу научни работи и публикации. Растечкиот бројот на големи проекти (Меритум проект, Данска, Стокхолм) почнува со желба да се внесе академска цврстина во

	истражувањето на интелектуалниот капитал. Во 1999та година OECD свикува меѓународен симпозиум во Амстердам на тема интелектуален капитал.

Најзначајно влијание на успешното делување на организацијата има знаењето и неговата синергија, образованиот човечки потенцијал со стручно и организациско искуство, добрите меѓучовечки односи и соодветните мотивациски фактори. Сè повеќе преовладува мислењето дека знаењето и човечкиот потенцијал и уметноста се најважни фактри за развојот на организацијата. Интелектуалниот капитал има за цел да го објасни потеклото на разликите помеѓу пазарната и книговодствената вредност на организацијата, а тоа е од исклучително значење за инвеститорите и останатите засегнати страни.

2.1. ПОИМ И КАРАКТЕРИСТИКИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Во последнава деценија интелектуалниот капитал како фраза добива сè поголемо значење во научните кругови. Во денешно време сè повеќе се разбира неговата вистинска вредност и тој сè повеќе се валоризира. Прашањето за човечкиот мозок, левата и десната хемисфера, работата на машкиот и на женскиот мозок уште од праисторијата до денес биле предмет на небројни истражувања, како медицински така и психолошки. Кога подобро ќе се размисли, во центарот на овие истражувања секогаш бил човекот, односно неговиот мозок како двигател. Кога се работи за правилата на движење на определени тенденции, економијата како примарно општествена наука има елементи и на природна наука. Човекот го изградил светот таков каков што е чекор по чекор, додека еволуцијата е таа која придонела кон побрзи или побавни чекори во развитокот. Прапочетоците на економијата се поврзуваат со размената (трампата), па потоа следувале парите како средство за плаќање и купување. Се чини дека денес деловното работење е усовршено до максимум, но како секогаш што постои начин да се намалат трошоците, така мора да постои начин да се подобри работењето. Денес постои електронско плаќање, електронски потписи, брзи испораки, договори и конференции со екстремно оддалечени точки на светот. Постои библиска приказна за Вавилонската кула и создавањето многу јазици што, всушност, претставуваат комуникациски бариери. Денес постојат многу јазици и уште повеќе дијалекти, но сепак, степенот на меѓусебно разбирање е доведен на исклучително високо ниво. Аглискиот јазик е тој што најмногу се користи, па дури и може да се нарече светски службен јазик. Овде треба да се забележи дека во втората половина на деветнаесетиот век под името есперанто, бил создаден вештачки јазик што делувало како исплатлива работа. Постоеле обиди за негово заживување, односно користење во секојдневна употреба, но тоа претставувало повеќе труд и вложувања отколку резултати, па јазикот како да е фрлен во заборав и сé помалку се споменува. Овој вештачко создаден јазик кој повеќе не е во употреба нема оставено значителни траги.

Секој степен на развој е условен со определено времетраење. За секоја промена е потребно време, но како што вели една стара латинска изрека „Periculum in mora” – *„Опасноста е во одложувањето“.* Сепак, треба да се забележи дека за сé е потребно

време, односно дека квалитетните потфати се случуваат тогаш кога им е време за тоа. Во суштина, човечкото знаење, човечките способности и вештини, односно интелектуалниот капитал е единственото нешто што на никој не може да му се одземе. Материјалниот имот е оној кој може брзо да се изгуби, било да е тоа од природни катастрофи, или од неправилно работење со него. Несомнено е дека XX век, особено неговата втора половина, претставува период во кој се создадени многу научни остварувања со кои многу од предметните имоти се обеспредметени, т.е. во овој период нематеријалното се стекнало со голема вредност. Овој период е период за паметење, а можеби сегашниот период, XXI век, е период кој треба да ги изнивелира материјалната и нематеријалната страна. Крајностите никогаш не воделе кон добар напредок, за тоа секогаш бил потребен добар баланс.

Човекот кој ги направил пионерските чекори за интелектуалниот капитал е Thomas A. Stewart[11]. Неговото име се врзува за исклучителен придонес во научната литераура. Тој ја има истакнато важноста на интелектуалниот капитал, како и значењето кое се сфаќа како уметност на управувањето. Го има поделено интелектуалниот капитал на три дела[12], иако до дотогаш сè уште се користел терминот капитал на знаење. Таа поделба и денес се смета за основна, а се однесува на човечки, сруктурен и релациски капитал. Интелектуалниот капитал, знаењето, како динамичен човечки процес, го претворил во нешто вредно за организацијата. Тој, всушност, претставува знаење на вработените, истражувачкиот тим или знаење на обичните работници го развива во многу подобар начин со што се подобрува ефикасноста на организацијата.

[11]Steward, T. A. (1997): „The Intellectual Capital: the New Wealth of Organizations“, Doubleday/Currency, New York, p. 7

[12] Steward, T. A. (1997): „The Intellectual Capital: the New Wealth of Organizations“, Doubleday/Currency, New York, p. 9

2.2. СТРУКТУРНИ КОМПОНЕНТИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Општо прифатена формула за извор на успехот не постои. Достигнување завидно ниво на успех, организацијата може да постигне со соодветно образование на вработените, интелигенција, талент и ситуациски фактор на среќа, кој не може да остане неспомнат. Во литературата се јавува и термин општествен капитал. Тој во себе може да содржи особини на општественост: другарство, спремност или добра волја за различни видови помош. Општествениот капитал се состои во самоволно ангажирање на личностите во разни организации, но, исто така, се врзува на мрежи со кои се проткаени меѓучовечките односи и институционалното знаење. Генерално, кога станува збор за општествениот капитал клучен збор е *довербата* и тоа претставува најголемо ниво на постигнување во тоа општество. OECD [13] дава дефиниција за општествен капитал за која се вели дека таа е мрежа заедно со нормите, вредностите и разбирањата која ја олеснува соработката помеѓу групите.

За создавање вредности во организацијата е потребна врска помеѓу составните делови на интелектуалниот капитал, т.е. помеѓу човечкиот, структурниот и релацискиот капитал. За создавање вредности најзаслужна е синергијата на споменатите структурни делови. Потребно е континуирано унапредување на самите структурни сегменти, како и создавање проток на знаење помеѓу нив. Создавањето на вредностите доаѓа во случај на размена на знаењата помеѓу трите делови на интелектуалниот капитал и значително влијае на непрекинатиот развој на организациските способности, а размената на знањето го олеснува и забрзува учењето. Р. Хал спаѓа во авторите чија појдовна точка е да се раздвојат нематеријалните и човечките ресурси, па затоа тој ја има поделено нематеријалната актива на онаа која не може да се одвои од човечките ресурси и нематеријална актива која може да се одвои од човечките ресурси.[14] Следната табела ја прикажува структурната пазарна вредност.

[13] Keely, B. (2010): „Ljudski kapital. Kako ono što znate oblikuje vaš ţivot“, OECD, Ministarstvo prosvete, Republika Srbija, str. 105.

[14] Đuričin, D; Janošević, S. (2009): „Strategijska analiza ljudskih resursa“, Ĉasopis „Ekonomske teme“, Ekonomski fakultet Niš, br. 1, str. 9.

Пазарна вредност		
финансиски капитал	интелектуален капитал	
човечки капитал	структурен капитал	клиентски капитал

Табела бр. 2. *Структура на пазарната вредност.*

Остварувањето на што поголема пазарна вредност во организацијата зависи од квалитетот и квантитетот на финансискиот капитал. Во последниве 20 години оваа зависност се состои од висината на интелектуалниот капитал и синергијата помеѓу неговите структурни сегменти, т.е. човечкиот, структурниот и релацискиот капитал.

2.3. ИЗВОРИ НА ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ

Ретроспективно гледано, човекот претставува неограничен извор на интелектуален капитал, а како доказ може да се наведат епохалните пронајдоци и

иновации. Многу од овие пронајдоци можат и да го загрозат човечкиот фактор, како на пример, откривањето на барутот, динамитот, атомските бомби, експериментите во областа на генетиката итн. Најважен извор на интелектуалниот капитал е човекот со своите идеи, знаења и искуства. Производот човек, неговите искуства, креативности, идеи се производи на знаењето како главни компоненти и двигатели на развојот на интелектуалниот капитал. Идеите на човекот се резултат на неговите мисловни процеси кои се засноваат на интелигенција, искуство, креативност, досетливост. Со помош на знаењето, умеењето и креативноста, човекот го генерирал инелектуалниот капитал кој влијае на промената на самите луѓе и општества преку, т.н. систем на повратна спрега. Човековиот интелект е одреден со способноста за учење. Човекот во процесот на учење стекнува и развива компетентност. Тој своите компетенции ги постигнува со образование и истражување. Знаењето е производ на човековите идеи, креативности и искуства и претставува главен двигател во развојот на интелектуалниот капитал. Мисловните процеси се засноваат на досетливост, креативност, искуство, интелигенција и врз нив резултираат човековите идеи. До создавање и зголемување на знаењето се доаѓа при обработка на надворешните податоци и информации и нивна употреба во конкретни ситуации. Токму поради способноста да произведува знаење, човекот претставува главен извор во создавањето на ителектуалниот капитал. Во овој процес најважно е да постои континутет во учењето и усовршувањето. Човекот ги зголемува своите постоечки знаења низ процес на учење и усовршување.

Според работната група за образование на UNESCO процесот на непрекинато учење е заснован на[15]:

- способност за учење,
- лична компетентност,
- учење за соживот и
- развој на личноста,

[15]Turajlić, S. (2011): „Celoţivotno obrazovanje – stanje i poţeljna strategija“, Tematski zbornik radova XVII meĆunarodnog naučnog skupa Tehnologija kultura i razvoj, Udruţenje „Tehnologija i društvo“, Institut „Mihajlo Pupin“, Centar za istraţivanje razvoja nauke i tehnologije Beograd i Ekonomski fakultet Subotica, str. 154.

Човекот го зголемува сопственото знаење со непрекинато учење и на тој начин придонесува кон создавање на интелектуалниот капитал. Способноста за учење на човекот е одредена со неговите генетски предиспозиции, т.е. неговата интелигенција. Со развојот на интелектот по пат на учење, човекот стекнува одредена компетентност. Покрај компетентноста многу е важна и компленатa посветеност на човекот. Покрај човекот, како извор за интелектуален капитал, следен извор претставуваат универзитетите. Создавањето на универзитетите од страна на државата е интензивирано во XIX и во првата половина на XX век. Универзитетите претставуваат банка на интелектуалниот капитал. Универзитет е средина која е структуирана од потенцијални „нови умови“ кои ги носат студентите, т.е. генерација млади луѓе и веќе „воспоставен ум“ од страна на професорскиот кадар. Меѓусебната интеракција на овие два видови ум се интегрира низ процес на двонасочно учење, а како ефект произлегува споменатиот интелектуален капитал.[16]

Универзитетот може да се разгледува како своевидна банка на интелектуален капитал. Тоа е место во кое се стекнуваат знаења и квалифкации за кои се определува секој поединец и кои претставуваат база за идна професија. Со интеракција на знаењето на предавачите и студентите во универзитетот се генерираат интелектуални потенцијали кои се развиваат низ истражувачката работа и се дистрибуираат во организациите и поширокатa околина. По пат на постдипломски студии и научни програми овој капитал се зголемува и се пренесува во останатите средини на општеството. Четирите функционални барања, како што се знаење, умеење, комуникација и одлучување се прикажуваат преку матрица на проектирање со која се дефинира наставната програма која студентот треба да ја совлада. Во матрицата се присутни четири индикатори на проектирање: предавања кои ги држи професорот на студентите, работа во лабораторија, изработка на проекти и задачи и испити. За да ги задоволи сопствените потреби и да го зголеми богатството, поединецот мора да ги реализира соодветните работни активности. Дипломираните студенти со развивање на своите способности и знаења придонесуваат кон развојот на знаењето на целото општество. Освен научната работа со која се зголемува вредноста на интелектуалниот капитал, од основно значење за развој на универзитетот се и соодветните наставни планови и програми. Важно е да се развива компетенцијата помеѓу студентите, бидејќи таа ќе им помогне ефикасно да го употребуваат своето знаење во разни деловни

[16]Milaĉić, V.R. (1999): „Intelektualni kapital – apologije ljudskog duha“, Evropski centar za mir i razvoj, Beograd, str. 63.

ситуации. Според Суботиќ и соработниците[17], реализацијата на наставниот процес, принципи и методи треба да се изработат за студентите да можат да:

- стекнати знаења од различни области;
- поврзуваат знаења од различни извори;
- постапуваат кон информациите критички и независно;
- заземаат активно учество во планирањето и реализацијата;
- стекнат способност за реализација и анализа;
- имаат чувство за естетски израз;
- анализираат прашања од професионална етика;
- презентираат содржини и материјали за различни целни групи;
- работат и користат со средствата за информатички технологии.

Научната работа на универзитетот претставува најважниот творец на интелектуалниот капитал. Способноста на универзтетот од млади студенти да создаде научни работници се зголемува со вложување во истражувачко- развојните проекти и создавање научни центри. Новите искуства се стекнуваат со работа во истражувачките центри и подобрување на компетентноста. Научната работа е поливалентна, при што мултипликативните ефекти од науката се остваруваат со посредство на делување на производните фактори, продуктивноста, поделбата на работата, управувањето со производните процеси и ресурси, производната ориентација, освојувањето нови пазари и т.н.[18]

Обучените кадри – младите интелектуалци претставуваат најголем капитал, не само на универзитетите туку и на секоја земја и можат да влијаат на подобрување на деловните активности. Интелектуалниот капитал кој е создаден на универзитетот со текот на времето се пренесува низ околината. Ова меѓусебно дејство на околината и универзитетот потсетува на спирална структура на развојот и продолжува со образование на универзитетот, а потоа и учење во организацијата. По завршеното универзитетско образование, студентите се вработуваат и стекнатото знаење го имплементраат во организациите во кои работат. Со своето знаење придонесуваат кон

[17]Subotić, J; Gajić, O; Lungulov, B. (2011): "Kvalitet visokog obrazovanja u društvu znanja: mogućnosti i perspektive", Tematski zbornik radova XVII meĆunarodnog naučnog skupa Tehnologija kultura i razvoj, Udruţenje „Tehnologija i društvo", Institut „Mihajlo Pupin", Centar za istraţivanje razvoja nauke i tehnologije, Beograd i Ekonomski fakultet Subotica, str. 148.

[18]Marković, D; Ilić, B; Ristić, Ţ. (2010): „Ekonomija znanja: top menadţment i liderstvo znanja", Etnostil, Beograd, str. 28.

зголемување на интелектуалниот капитал во организацијата. Во современите услови на деловно работење клучен ресурс претставува создавањето и ефикасната имплементација на интелектуалниот капитал кој е плод на соработка помеѓу универзитетите и организациите. Како што е наведено, научната работа на универзитетот претставува еден од важните извори на интелектуалниот капитал. Формирањето на научните работници, всушност, претставува една од улогите на самиот универзитет. Внатре во универзитетот научната работа претставува начин на генерирање на интелектуалниот потенцијал со градење компетентност на секој студент. Подоцна, оваа стекната компетентност човекот ја користи и ја развива во претпријатието во кое ќе се вработи. Организацијата својот интелектуален капитал го зголемува низ обука на вработените, иновации, развој на брендот, имиџот и унапредување на деловните процеси.

2.4. ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ КАКО НАЈВАЖЕН ДЕЛ ОД КАПИТАЛОТ НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Традиционалната економија се заснова на масивно производство, а успешноста на организацијата се мери само според материјалниот имот. Токму поради тоа, системот за мерење на вредноста, како и на успешноста на работењето, според традиционалната економија, е подредена на материјалните добра, односно ресурси, а како најважни показатели за успешноста на организацијата се вреднуваат приходот и профитот. Според овој начин на вреднување на организациите може да се заклучи дека

сè повеќе се цени можноста да се создаваат нови вредности. Општо кажано, успешноста во работењето на една организација се цени според начинот на управување на нематеријалниот и материјалниот имот. Во последните години, соодносот на нематеријалниот и материјалниот имот во организациите сè повеќе се менува за сметка на растењето на нематеријалното. Интересот за нематеријалниот имот започна да расте откако со повеќе извештаи е утврдено дека сметководството не е во можност да ја претстави реалната слика на организацијата. Според сметководствените извештаи постои огромна разлика помеѓу прикажаната сметководствена вредност на организациите и пазарната вредност. Па, така, според експертите, интелектуалната вредност на компанијата „Coca Cola“ е 67,5 милијарди $ со што може да се потврди дека компаниите најчесто имаат реална вредност која е неколку пати поголема од нивната сметководствена вредност.[19] Разликите помеѓу пазарната и сметководствената вредност на една организација се најголеми онаму каде што знаењето доаѓа до израз и каде што се применуваат истражувањата како главна алатка за работа. Во поново време сè повеќе се зголемува процентот на оние кои се занимаваат со производство на нематеријални производи. Според една анализа која се однесува на ИВМ, дури 94% од вработените извршуваат некаква интелектуална работа, додека останатите работат во фабриките[20]. Најголема причина поради која нематеријалниот имот е сè повеќе ценет е тоа што новосоздадените вредности сè повеќе се создаваат врз основа на знаењата.

2.5. **ПОИМ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ**

Интелектуалниот капитал, како нова, но и сложена економска категорија, ги претставува сите делови на работењето кои не се експлицитно изразени во традиционалните финансиски извештаи, но создаваат дополнителна вредност во организацијата и значително влијаат на долгорочната профитабилност и конкурентност.[21] Сложеноста се состои во тоа што индивидуалниот капитал е многу тешко книговодствено да се измери. Сè уште не се посветува доволно време на него и најчесто му се пристапува како на трошок, а не како на инвестиција. Сепак, многу е

[19]Trifkovic Slobodan, Intelektualna svojina, Istrazivacko-izdavacki Centar, Beograd, 2007, стр. 10

[20]Sundac Dragomir, Svast Natasa, Intelektualni kapital-temeljni cimbenik konkurentnosti poduzeca, Ministarstvo Gospodarstva, Rada i Poduzetnistva, Zagreb, 2009, стр. 33.).

[21]Prof.dr.sc. D. Sundać i Prof.dr.sc. A. Pulić. Vidi knjigu: Intelektualni kapital - ključni resurs 21. stoljeća, I.B.C.C., Rijeka, 1997.(prvo izdanje), 2001. (drugo izdanje).

јасно дека доколку една организација вложува во знаењето на своите вработени, тоа може и повеќекратно да ѝ се врати. Под поимот интелектуален капитал се подразбира и примена на знаењата во производството и која било друга креативна дејност, натаму способност невидливиот имот да се претвори во производ или услуга кој ќе донесе одредена вредност.[22] Слободно може да се каже дека за поимот интелектуален капитал, сè уште не постои потполна, точна и единствена дефиниција, но она што е сигурно е дека е дефинирана неговата структура, па така, може да се каже дека интелектуалниот капитал претставува нешто што не може да се определи материјално, но сепак, може да се смета за богатство и, воедно, да придонесе кон поголема конкурентска предност. Новата вредност и конкурентската предност создаваат проток на знаења во организацијата кои го трансформираат знаењето во соодветна вредност.

Во современите услови на деловно работење кои настануваат под експанзија на модерната технологија, глобалните економски процеси и зголемената конкуренција, деловните односи се значително променети. Основните ресурси на традиционалното деловно работење (фабриките, опремата, земјата, парите и работата) во новите современи услови на делување им го отстапија местото на нематеријалниот имот (интелектуалниот капитал). И покрај фактот дека најважни индикатори за успех во деловното работење се отварениот профит и вкупниот приход, состојбата на пазарот покажува значителна варијација помеѓу книговодствената и пазарната вредност. Од тука се гледа дека традиционалните индикатори на деловниот упех не даваат реална слика за работењето, па токму затоа, неминовно е да се воведе нова категорија на нематеријален имот. Организациите кои се занимаваат со висока технологија, првенствено се организациите кои се базираат на знаење и во кои најмногу се вложува во нематеријалниот имот. Овој вид нова економија со себе носи и нов концепт на интелектуалниот капитал кој претставува клуч за успех. Поради сето досега кажано, интелектуалниот капитал станува водечки ресурс и носител на деловниот развој на економиите на организациите.

Интелектуалниот капитал претставува нова категорија која во себе ги содржи нематеријалните фактори на деловното работење. Интелектуалниот капитал во себе го содржи знаењето на вработените кои тие го претвораат во вредност на пазарот и тој во себе содржи три компоненти:

- човечки капитал,

[22] Sundać D.: Znanje - temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Svučilište u Rijeci, Rijeka, 2002., str.115.

- структурен капитал и
- потрошувачки капитал.

Границите помеѓу наведените компоненти на интелектуалниот капитал не се прецизни, туку се условени. Во профитно ориентираната организација, интелектуалниот капитал е несомнено најважниот фактор во креирањето на конкурентската предност, па токму затоа, потребно е да се посвети посебно внимание на неговото управување. Управувањето со интелектуалниот капитал само по себе бара промена на системот на вредности, промена на начинот на управување и промена на односите помеѓу вработените и работодавачите, промена на организацискиот систем и структура, како и промена на културата во работата. За да може една организација успешно да се развива, потребно е да биде во можност да ги комбинира компонентите на интелектуалниот капитал.

2.5.1. ЧОВЕЧКИ КАПИТАЛ

Човечкиот капитал претставува двигател, а дефиниран е како знаење, искуство, умеење, креативност и иновативност на поединците. Паметните поединци сами по себе не се предуслов за успешност на организацијата. За да се искористи знаењето на поединците треба да постои подеднакво интелигентна организација која од секој

поединец ќе го извлече најдоброто и ќе го насочи кон одредена цел. Во човечкиот капитал спаѓаат: знаењето, комуникативноста, креативноста, иновативноста, упорноста, одговорноста, културата, грижливоста, лидерските особини, моралните вредности, мотивацијата, образованието, практичните навики, самоиницијативноста, способноста за решавање проблеми, критичкото размислување, самостојното учење, флексибилноста, адаптивноста, како и други особини на поединците. Овој капитал се однесува на акумулираната вредност која доаѓа како резултат на инвестициите во образованието, стручноста и иднината на сите вработени и менаџментот, како и нивната способност своето знаење, вештина и искуство да го преточат во активно создавање дополнителни вредности за организацијата.

Сите овие елементи се меѓусебно поврзани и придонесуваат за успех во човечкиот капитал, а мотивацијата и ставот се едни од најважните алки на патот кон успехот. Од исклучителна важност е да се наведе дека освен овие карактеристики, квалитетниот човечки капитал во право време знае да воспостави соодветни цели, односно да поседува способност да ги разбере сигналите од надворешното окружување. Човечкиот капитал е единствен кој е во состојба да ги прифати и примени новите сознанија во секојдневната практика и, воедно, во еден процес на креативност да ги претвори во нови концепти, како што се: иновацијата, адаптацијата и материјализацијата. Иновацијата претставува резултат на креативниот процес, таа претставува примена на нови и значително подобрени идеи, добра, услуги или процеси кои имаат корисна примена. Адаптацијата е процес на модифицирање на објектите со цел да се прилагодат на новата или изменетата состојба. Мтеријализацијата претставува способност идеите да се претворат во конкретни производи, услуги и процеси. Иновативноста, главно, се манифестира со адаптација, односно со усовршување на постоечките структури, начини на работа, постоечките производи или услуги.

Успехот на организацијата најчесто се темели на стручноста и мотивираноста на сите вработени, а иницијативата и самостојноста им пружаат голема слобода за создавање нови идеи, како и на индивидуалниот и групниот развој. Според тоа, успехот на организацијата, зависи од вработените и од менаџментот, односно од оние кои го поседуваат знаењето. Секоја организација треба да настојува тоа знаење да го претвори во материјално кое натаму ќе стане сопственост на организацијата и ќе се претвори во структурен капитал. На тој начин, всушност, организацијата повеќепати го искористува знаењето, го штити, го изнајмува, па дури и го продава.

Оваа компонента на интелектуалниот капитал е комбинација од знаења, вештини, иновативности и способности на вработените да ги исполнат своите работни задачи. Човечкиот капитал ги опфаќа вредностите, културата и филозофијата на организацијата. Тој е основен ресурс на интелектуалниот капитал и претставува основа за креирање нови вредности на организацијата. Сознанијата за важноста на човечкиот капитал како ресурс, хронолошки се поклопува со процесите на развој на технолошката ера и економската глобализација. Според Бониц, [23] вработените преставуваат извор на иновациии и стратешки решенија, било да настануваат како резултат на тимска работа, во истражувачка лабораторија, размислување во канцеларија, редизајнирање нови процеси, унапредување вештини и знаења или да се работи за нови канали на продажба. Човечкиот фактор сè повеќе добива важност, а управувањето со човечките ресурси станува најважна деловна функција, а вложувањето во нови деловни знаења придонесува кон создавањето конкурентска предност. Способните и ангажираните луѓе се сметаат за клучен имот на организацијата, бидејќи додека се во работен однос, нивното интелектуално влијание и работни резултати припаѓаат на препријатието. Меѓутоа, сè она што вработените го знаат и носат во себе е нивна сопственост, па, така, организацијата не поседува човечки капитал туку само го позајмува во текот на работното време и траењето на работниот однос. Организациите не можат да бидат сопственици на целокупниот човечки капитал, вработените сами по себе не се човечки капитал на организацијата туку тоа стануваат дури тогаш кога своето знаење и способности ќе ги трансформираат во дела кои придонесуваат за создавање нови вредности (материјални или нематеријални) за организацијата, нови клиенти, подобар имиџ, поуспешнанорганизација, профитабилен производ, подобрени производи[24]. Доколку препријатието сака да ја задржи проесионалната компетенција и знаењето на вработените, потребно е да ги трансформира во колекивно знаење и кога некој од вработените ќе ја напушти организацијата, знаењето да остане во организацијата. Тоа е еден од начините со кој може човечкиот капитал да се задржи во организацијата откако ќе си отидат вработените.

[23]Bontis, N., There's a Price On Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically, BusinessQuarterly;, Vol. 60 Issue 4. 1996, pp 187

[24]Jeličić, K., Priručnik za upravljanje intelektualnim kapitalom u tvrtkama, Zagreb, HGK, 2003, pp55

За да може да успее организацијата во новата економија, потребно е вработените да се однесуваат како претприемачи.[25] Тие се носители и двигатели на промените. Тие кон промената гледаат како на потребна и здрава, трагаат за неа, реагираат и ја користат како поволна прилика. Тие се креативни, иновативни и исклучително мотивирани поединци кои тежнеат/се наклонети кон определени достигнувања, имаат способност брзо да воочат проблем, како и брзо да го решат. Тие се богати со знаење, внимателни се, но не се плашат. Успешно комуницираат, самоуверени се, грижливи, упорни во работата, знаат да постават вистински цели и се способни да ги разберат сигналите од нивното опкружување.

2.5.2. СТРУКТУРЕН КАПИТАЛ

Оваа компонента на инелектуалниот капитал е составена од хардвер, софтвер, бази на податоци, сруктура на организацијата, патенти, марки на производи.

[25]Deželjin J.et al.: Poduzetnički menadžment - izazov, rizik, zadovoljstvo, M.E.P. Consult, Zagreb,2002

Структурниот и човечкиот капитал се наоѓаат во тесна колерација, бидејќи човечкиот капитал го гради сруктурниот капитал. Колку е поголем структурниот капитал толку е поголема можноста човечкиот да биде попродуктивен. Структурниот капитал претставува организациска способност на организацијата да го користи интелектуалниот капитал на своите вработени поради задоволување на барањата на пазарот и клиентите, а со цел зголемување на конкурентската предност. Овој вид интелектуален капитал може да се квантифицра додека се работи со управувачките информациски системи, организациската сруктура и расположливите ресурси на една организација. Структурниот капитал е сопственост на организацијата и може со него да тргува. Човечккот и структурниот капитал се наоѓаат во меѓузависен однос, така што човечкиот капитал го гради структурниот капитал. Структурниот капитал го подразбира капиталот на купувачите, односно се однсува на клучните купувачи што доведува до потреба од зглемување на учеството на структурниот капитал со пропоционален пораст на човечкиот.

Структурниот капитал го претставува она што останува во организацијата откако вработените ќе отидат дома. Тој настанува како резултат на процесите кои ги извршил човечкиот капитал во минатото и содржи патенти, концепти, модели, мрежи, системи и организациска култура. Структурниот капитал се состои од човечкиот капитал и неговата инфраструктурна поддршка. За разлика од човечкиот капитал, структурниот може да се квалифицира и да се одреди вредносно. Во организациските процеси на структурниот капитал спаѓаат: планирање, писмени стратегии, нацрти, прирачници, правила и организациски концепти, управувачки потсистеми, информатичко – комуникациски системи, деловни апликации, системи за управување, бази на податоци и сите останати документи кои го идентификуваат организациското работење во организацијата и организациската култура, ја олеснуваат систематизацијата и стандардизацијата на процесите, односно ги поддржуваат работните операции на вработените. Организациската структура е еден специфичен фактор од кој зависи деловниот успех, а претставува единствен начин на работа во организацијата, а се однесува на постојаниот состав на ставовите, вредностите, нормите, правилата, односите, сваќањата, уварувањата, верувањата, етиката и катактерот на организацијата, односно на сѐ она што ги поврзува вработените и им овозможува чувство на припадност на одредена организација. На организациската култура, исто така, делуваат многу фактори, како што се односите помеѓу вработените, начинот на водење и управување на менаџментот, структурата на организацијата,

функционирањето на деловните процеси, како и некои надворешни фактори. Организцискатa култура често се поврзува и со кредибилитетот и имиџот на организацијата. Вредноста на организацискатa култура се проценува во прифаќањето на одредени начини на однесување што кај вработените создава чувство на идентификација со организацијата, ги мотивира да бидат креативни, иновативни и продуктивни, како и полесно да се предадат на работните обврски. Па, така, поедини вработени може да имаат високо ниво на интелигенција, но доколку организацијата во која работат нема јасно определени цели, односно има слаба комуникација, тогаш вкупниот интелектуален капитал на организацијата нема да го достигне својот реален потенцијал, односно ќе се соочи со неуспех во работата.

2.5.3. ПОТРОШУВАЧКИ КАПИТАЛ

Потрошувачкиот капитал е претставен со вредности кои потекнуваат од односот со потрошувачите, а се создаваат низ континуиран однос и развиена перцепција која ја

имааат потрошувачите за организацијата. Исто така, потрошувачкот капитал ги опфаќа деловните мрежи и пазарната марка (бренд). Бидејќи унапредувањето на односите со потрошувачките не е премногу скапа инвестиција, не постојат оправдувања за неквалитетни односи, тие да ги нарушувааат создадените вредности или и покрај можностите на организацијата, да се унапредуваат во недоволна мерка. Порошувачот претставува почеток и крај на ланецот на создавање вредности, овозможува интеракција на компанијата и потрошувачите преку создавање и испитување на квалитетот на односите помеѓу нив. Во моделите на визуелизација на интелектуалниот капитал, потрошувачкиот сè почесто се издвојува од човечкиот и структурниот кој го претставуваат внатрешното опкружување на организацијата. Потрошувачкиот капитал се појавува како самостојна категорија, бидејќи го претставува и креира надворешното опкружување на организацијата. Поради директната комуникација со потрошувачите, потрошувачкиот капитал има еднаква важност, како и човечкиот и сруктурниот капитал. Факторите на потрошувачкиот капитал се креирани од самите вработени, па по правило, тие се сопственост на организацијата. Потрошувачкиот капитал е составен од изградени односи и доверба на купувачите и добавувачите, фокусиран маркетинг, долгорочност и задоволство во работењето, а воедно, претставуваат и мерливи елементи на интелектуалниот капитал.

Потрошувачкиот капитал ги вклучува односите со купувачите и добавувачите, брендовите, репутацијата, како и перцепцијата која ја имаат клиентите во однос на организацијата. Потрошувачкиот капитал е познат и како релациски и ги претставува односите помеѓу стратегиските бизнис- единици на едно пртпријатие, како и односите помеѓу организацијата и надворешната околина. Потрошувачкиот капитал може да се подели на три категории и тоа: деловни мрежи, бренд или трговска марка и потрошувачи, односно однос на организацијата со потрошувачите. Како клучна за одржување квалитетни односи со потрошувачите, деловните партнери, дистрибутерите, добавувачите и сите останати посредници, се појавува квалитетната комуникација на единиците на продажба, маркетинг и дистрибутивната мрежа.

Деловните мрежи ја олеснуваат физичката дистрибуција на производите (нивниот превоз и складирање), собирање и дистрибуција на информации, комуникација со постоечките и потенцијалните деловни партнери, изработка и ширење на моделите за комуникација со цел промовирање, како и рекламирање и понуда на производите. Во услови на силна конкуренција, имиџот на организацијата има огромна улога во задржувањето на своите потрошувачи, како и освојувањето нови. Јакнењето

на имиџот во јавноста доведува до унапредување на конкурентската позиција, како и на зголемување на долгорочниот профит на секоја деловна организација, бидејќи за потрошувачите, организациите кои се со подобар имиџ, имаат поголема вредност. Во современото деловно опкружување, позиционираноста на имиџот во најголема мерка зависи од брендот.

Бренд претставува збир на опипливи, видливи и неопипливи компоненти на одреден производ или услуга. Во видливи компоненти на брендот спаѓаат име, лого, карактеристична боја, симболи, облик или пристап (доколку се работи за услуга). Додека под неопипливи компоненти спаѓаат коуникацијата со потрошувачите, асоцијациите кои ги нуди производот, вредностите кои ги промовира, како и ставовите кои ги поддржува. Суштината на брендот е во чувствата кои тој ги буди кај потрошувачите, а тие може да се: индиферентност, недоверливост, страв, бес, да се избегнува, да се обожава, да се восхитува, да се копира и така натаму. Брандот се обликува креативно и во согласност со мисијата, визијата, целите и стратегиите на организацијата.[26]

Успешниот бренд има долг 'живот', прилагодлив е на промените на пазарот, трендовите и желбите на потрошувачите, тој остварува силна врска со крајните корисници, поседува обожаватели, гарантира квалитет, помага во изградбата на позитивен имиџ, овозможува ширење нови комплементарни производи. Брендот претставува единствениот елемент кој една организација може да го поседува, а притоа никој да не може да му го одземе. Може да им ги украдат деловните тајни, патентите со текот на времето излегуваат од заштита, производните линии застаруваат, технологијата се менува, но брендот, може да живее вечно.

Брендовите симболизираат ексклузивност и луксуз, па со нивно купување потрошувачите го истакнуваат својот статус, богатство и престиж во општество. Како најчести примери може да се споменат автомобилите (пр. Ferrari), облека (пр. Dior, Chanel), часовници (пр. Rolex), накит (пр. Cartier, Bulgari) или други останати светски брендови како што се: Coca-Cola, McDonalds, Microsoft, Google, Yahoo, Gucci, Nestle, Intel. Некои од овие брендови се синоними за луксуз, квлитет, напредна технологија, додека некои се синоними за самиот производ. Во последно време многу од големите корпорации ги користат своите брендови за влез во нови сектори, па така, Armani, познатиот дизајнер на облека, го искорисри својот бренд и започна со дизајнирање

[26]http://klminc.com/branding_brand-strategy/the-strategic-significance-of-brands

внатрешен простор, Bulgari ја прошири својата линија на накит, со часовници и разни аксесоари. Но, сепак, според американскиот неделник Business Week, како највредни глобални брендови во 2016 година се Apple, Google и CocaCola.

Табела 3.*Вредност на топ 10 најуспешни брендови за 2016 година*[27]

Бренд	Вредност на брендот	Пазарна вредност на компанијата	Удел на брендот
Apple	178.119	586	30 %
Google	133.252	498	27 %
Coca Cola	73.102	192,8	38 %
Microsoft	72.795	407	18 %
Toyota	53.580	177	29 %
IBM	52.500	142,7	36 %
Samsung	51.808	161,6	32 %
Amazon	50.338	292,6	17 %
Mercedes	43.490	105,8	40 %
GE	43.130	285	15 %

Од табелата 1 се гледа дека вредноста на брендот Apple изнесувала приближно 178 милијарди американски долари, додека пазарната вредност на компанијата вила 586 што значи дека брендот учествува со 30 % во пазарната цена. Овде е важно да се забележи дека оваа состојба е постојано променлива, а тоа најдобро може да се забележи од податоците од пред десет години, каде Apple, воопшто, не е во листата на првите десет. Додека на прво место тогаш бил брендот на Coca-Cola чија вредност била 67 милијарди долари, додека пазарната вредност била 125,68 што значи дека брендот учествувал со 53% во вкупната цена.

Табела 4.*Вредност на топ 10 најуспешни брендови за 2006 година*[28]

Бренд	Вредност на брендот	Пазарна вредност на компанијата	Удел на брендот
Coca-Cola	67,00	125.68	53 %
Microsoft	56,93	254.19	22 %
IBM	56,20	169.26	33 %
General Electric	48,91	289.69	17 %
Intel	32,32	132.06	24 %
Nokia	30,13	97.61	31 %
Toyota	27,94	139.92	20 %
Disney	27,85	60.42	46 %
McDonald´s	27,50	71.33	39 %

[27]http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2016/ranking/
[28]http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2006/ranking/

Mercedes	21,80	58.14	38 %

2.6. ПРИНЦИПИ НА УСПЕШНИТЕ БРЕНДОВИ

Како најважни принципи по кои се водат успешните брендови може да се вбројат препознатливост, конзистентност, емоции, единственост, адаптабилност, лидерство, врвни производи, фокусираност на потрошувачите, етичка практика, иновации и слично.

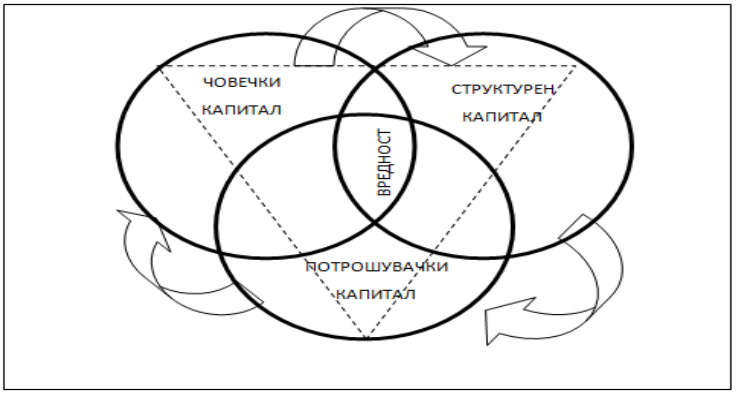
Во денешните услови на деловно работење да се има задоволен потрошувач претставува императив за успех. Шестпати е поскапо да се привлече нов потрошувач и да му се продаде својот производ отколку да се продаде на постоечкиот потрошувач.

Треба да се знае дека типичен незадоволен потрошувач за своето незадоволство во просек известува 8 – 10 познајници. Секоја организација може да го зголеми своето производство и до 85 % со задржување на 5 % од своите потрошувчи. Шансите својот производ да му го купи нов потрошувач се 15 % додека постоечки 50 %. Седумдесет проценти од незадоволните потрошувачи повторно ќе соработуваат со организацијата која брзо ќе го реши проблемот кој предизвикал незадоволство. Како многу важен факт треба да се забележи дека 80% од профитот на компаниите доаѓа од 20% од потрошувачите, додека 80% од потрошувачите носат 20% профит. Со сето погоре кажано треба да се забележи дека денешниот потрошувач секогаш бара нешто повеќе и не ретко се случува одредени организации да не можат да ги исполнат сите желби на потрошувачите. За да може одредена организација да ги задржи постоечките, како и да привлече нови потрошувачи, тие постојано ги согледуваат потребите на своите постоечки и потенцијални купувачи, а најдобар начин за тоа да се направи е собирање информации за нив. Врз основа на добиените информации е можно да се модифицираат, прилагодат и персонализираат услугите или производите кои ги нуди една организација. Со придобивањето лојални купувачи, организациите долгорочно си осигуруваат зголемени приходи и зголемување на профитот. Освен лојалните потрошувачи, на организациите им се потребни и потрошувачите зговорници. Овој вид потрошувачи се ангажирани потрошувачи кои својата приврзаност кон брендот ја покажуваат со повеќе активности меѓу кои: шират позитивни препораки, собираат повратни информации од надворешното опкружување и со нивна помош и помагаат на организацијата да се доближи на купувачите. Треба да се забележи дека секогаш најуспешни организации се оние кои континуирано ги следат дефинициите на вредностите, односно врз основа на добиените информации ги дизајнираат своите производи или услуги.

Организациите својот потрошувачи капитал може да го евалуираат со разгледување и мерење на повеќе фактори и тоа: профилот на потрошувачите, „времетраењето“ на потрошувачите, нивната улога, поддршката на потрошувачите, како и потрошувачкиот успех. Иако улогата на потрошувачите во постигнувањето и одржувањето на успехот е видлива, верноста на потрошувачите може да се постигне со помош на верни вработени (човечки капитал) кои на долгорочен план ќе работат на изработка на квалитетен однос со потрошувачите и ќе ја развиваат и поттикнуваат нивната верност и лојалност.

Според сето досега напишано може да се заклучи дека во интелектуалниот капитал, човечкиот капитал, е клучниот елемент за постигнување конкурентска предност и претставува двигател на интелектуалниот капитал. Истовремено, човечкиот капитал претставува и најмобилниот, па затоа е многу важно постојано да се работи со цел да се задржи или барем што подолго да остане во организацијата. Опасноста за конкурентската предност од мобилниот човечки капитал е помала доколку организацијата интегрира со останатите елементи од интелектуалниот капитал (структурниот и потрошувачкиот), бидејќи тогаш загубата на еден или двајца поединци, нема да доведе до загуба во конкурентската предност. Структурниот капитал ги опфаќа сите елементи кои остануваат во организацијата, откако вработените ќе си заминат. Овој капитал е во сопственост на организацијата, па токму затоа се препорачува конкуренската предност да биде засновна на него. Во согласност со ова, најголем предизвик е да се трансформира човечкиот и структурниот капитал. Потрошувачкиот капитал е тесно поврзан со човечкиот. Сите три составни делови на интелектуалниот капитал се во постојана меѓусебна интеракција.

Шема 3.*Врска помеѓу составните елементи на интелектуалниот капитал*.



3. УПРАВУВАЊЕ СО ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Актуелните дебати за интелектуалниот капитал се насочени во насока на примената на различните модели на управување. Успешното управување со интелектуалниот капитал придонесува до унапредување на деловните процеси, можностите за создавање нови вредности, нови производи, подобро искористни потенцијали, креирање имиџ на организациите, а сето тоа со цел да се мотивираат вработените и да се задоволат корисниците. Доколку менаџерите сакаат управувањето со интелектуалниот капитал во нивните компании да има континуитет, мора да го

прифатат фактот дека водењето на организациите на постулатите на знаењето е потполно нова димензија во работењето. Неопходно е постојано да се поттикнуваат и охрабруваат иновативните процеси во организациите, а работењето во нив треба сеопфатно да се набљудува.

Целите на управувањето на интелектуалниот капитал се меѓусебно поврзани активности на менаџментот кои се насочени кон постигнување синергиска (енергија која настанува преку заедничко дејствување) врска на сите елементи на интелектуалниот капитал во нивниот постојан интеракциски однос. На тој начин се овозможува набљудување на перормансите на елементите од интелектуалниот капитал кои се насочени кон ефективно и ефикасно остварување на поставените работни цели на сите организациски нивоа. Целта на менаџментот на секоја организација е да ги искористи и максимизира потенцијалите на вработените во постигнување нови вредности, како и одржување конкурентска предност. Според професорот Велимир Срича[29](Velimir Srića), основни чекори во управувањето на интелектуалниот капитал се:

- дефинирање на посакуваните вредности на индикатори. За индикаторите на кои сакаме да влијаеме со политика на управување на интелектуалниот капитал, се определуваат нивните посакувани вредности;
- дефинирање на акцијата на управување на интелектуалниот капитал. Се дефинираат акции со кои ќе се постигне саканата состојба;
- проверување на успешноста од преземените акции. Со изработката на финансискиот извештај (на крајот на работната година) се споредуваат новите вредности со индикаторите на планираните вредности;
- пополнување анкетан прашалник. Се одбираат оние индикатори кои се релевантни за работата во компанијата, но така што избраните индикатори треба да даваат сеопфатна слика во организацијата во сите делови на интелектуалниот капитал;
- изработка на извештај за интелектуалниот капитал. Се составува извештај кој ги содржи основните податоци на организацијата, неговите мисии и визии, како и вредностите на соодветните одбрани индикатори.

[29]http://www.velimirsrica.com/EasyEdit/UserFiles/Prezentacije/ 24.01. 2017.

Концептот на знаење е задолжително да биде промовиран и прецизно канализиран, бидејќи знаењето и учењето претставуваат нов стратешки императив, односно е услов за опстанок и развој на пазарот. Најголем предизвик за менаџерите е да развијат три основни компетенции на интелектуалниот капитал во организацијата, а тие се:

1. знаењето се креира и се пренесува низ разговор, а лидерите мора да ги развиваат вештините за јакнење на комуникациите во тимот со што ќе влијаат на другите и ќе воспостават професионални меѓучовечки односи во целата организација;
2. Треба да се реализираат специјални тренинзи за примена на креираните иновации и вештини за определени деловни процеси, сè со цел да се создадат дополнителни вредности;
3. посебните специјалистички тимови, за создавање подобра иновативна клима и моделирање на разговорите кои ќе им помогнат на вработените при решавањето на проблемите кои настануваат во текот на иновативните процеси, треба постојано да се тренирааат.

Организациите кои не се подготвени да го прифатат новиот концепт на учење, како континуиран процес, се изложуваат на опасност понатаму да се маргинализираат. Во иднина може да опстанат само тие организации кои вложувањето во дообразованието на вработените и го сметаат за нешто што има примарна важност. Исто така, е неопходно и интензивно вложување во континуирано дообразование на вработените.

3.1. ФАЗИ НА УПРАВУВАЊЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Носителите на управувањето со интелектуалниот капитал, всушност, се проектни менаџери, мултифункционални и виртуелни тимови, со посебен фокус на методите и начелата на управувањето со знаењето како важна деловна функција. Менаџерите на кои фокус им е управувањето со интелектуалниот капитал во организациите, треба да ги следат следниве чекори:

- да креираат систем на управување со знаењето што е услов за проценка на секој вработен. Организациите мора да имаат посебна работна задача за секој вработен во определен временски период;
- формално да ја дефинираат улогата на знаење во својата работа и во организацијата да осигураат што поголеми ресурси на интелектуалниот капитал;
- да ја проценат конкуренцијата, како и нивната стратегија и да пронајдат и осигураат што повеќе ресурси од потрошувачкиот капитал;
- да се определи обемот на достапноста на ресурсите на интелекталниот капитал од државни извори;
- да се клацифицира своето интелектуално портфолио со креирање карта на знаење на сопствената организација, како и да се дефинира кое е нивото на знаење на вработените, во рамки на нивните секојдневни работни активности;
- да се процени релативната вредност на интелектуалниот капитал со користење монетарна вредност;
- да се идентификуваат недостатоците во деловните процеси, односно да се минимизираат слабостите во работата со помош на споредба со слабостите во конкуренцијата, купувачите и добавувачите;
- да се краира сопствено портфолио на интелектуалниот капитал и да се вклучи како додаток во годишните финансиски извештаи. При што во сите организации чија дејност е заснована на знаење, континуирано ќе се оценува развојот на интелектуалниот капитал и во согласност со тоа ќе се проверуваат и преиспитуваат мерките за успех.

Концептот на управување со интелектуалниот капитал им помага на организациите да ја согледаат вистинската улога и значење на интелектуалниот капитал, да стекнат увид во силата и слабоста, па низ негово управување да ги користат сопствените ресурси во процесите на постигнување и одржување на конкурентската предност, како и движење кон нови вредности.

3.2. ЕФЕКТИ ОД УПРАВУВАЊЕТО НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Управувањето со интелектуалниот капитал има за цел да создаде нови вредности при што активностите на менаџментот на организацијата се насочени на интеракција на компонентите на интелектуалниот капитал, човечкиот и структурниот капитал, со цел да се остварат сопствените потенцијали на најдобар можен начин. Токму во таа смисла, наведените активности се оправдани доколку постои потрошувачки капитал, поради кој, всушност, е креиран и целиот систем. Иако

потрошувачите се главни носители на потрошувачкиот капотал, тој во себе ги содржи и останатите корисници, како што се инвеститорите, државата, општината, здравството, културата, образованието и останатите системи на општеството.

Концепцијата на управување на интелектуалниот капитал бара потполно нова стратегија во делувањето, нови начини на управување и нови системи на квалификации. Работата и деловните активности на вработените мора да бидат усогласени со целите, визиите и стратегиите на организациите. Со постојана анализа на примероците кои водат до оддалечување на зададените цели и остварените резултати, се дефинираат соодветни стратегии на основа на кои се креираат идните деловни активности на организацијата.

Топ менаџментот е задолжен во организацијата да воведува и развива различни методи кои ќе придонесат до трансформација на индивидуалните способности во организациските вредности и обратно. Освен тоа, менаџментот треба постојано да ги елиминира инхибиторните (успоруваčите) фактори кои ја спречуваат организацијата постоечките потенцијали да ги искористи оптимално.

Според Јагањац[30] постои цела низа придобивки кои може да се остварат со организирано управување на интелектуалниот капитал, а некои од нив се:

1. оптимално користење на потенцијалот на организацијата;
2. зголемување на задоволството на вработените;
3. зголемување на продуктивноста во работата;
4. зголемување на ефикасноста на одлучувањето;
5. зголемување на додадените вредности;
6. зголемување на задоволството на потрошувачите;
7. зголемување на обемот на продаба;
8. осигурување повраток на инвестицијата
9. максимизација на вредноста на организацијата;
10. подобрување на квалитетот на услугите и
11. унапредување на имиџот.

Предуслов за успешност во управувањето со интелектуалниот капитал се знаењата, компетенциите, вештините и искуствата на менаџерите да ги извршуваат своите функции. Структурниот капитал како поддршка на одвивањето на процесите

[30]Jaganjac. J., Upravljanje intelektualnim kapitalom u kompanijama, Zenica, 2014, pp 44.

овозможува употреба и пренос на знаењето и начините на негова размена внатре во организацијата, како и со опкружувањето. Во ова голема улога играат информациските системи, бидејќи средниот менаџмент не може да контролира и управува на дневна основа доколку нема на располагање целосни и ажурирани информации.

3.3. ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ КАКО ВАЖНА ПЕРФОРМАНСА ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Организациите ја постигнуваат својата конкурентска предност врз основа на создавање вредности за купувачите со ефикасно управување на расположливите ресурси. Во современите услови се потенцираат оние ресурси кои немаат материјално видлив облик. Разликата помеѓу пазарната и книговодствената вредност на организацијата се препишува на нематеријалниот, невидливиот и неопипливиот имот.

Според Фигар [31], емпириските истражувања на американската организација покажуваат односот помеѓу материјалниот и нематеријалниот имот постојано се менува:

- во 1929 односот помеѓу материјалниот и нематеријалниот имот бил 70 % спрема 30 % ;
- во 1982 однсот помеѓу материјалниот и нематеријалниот имот бил 62 % спрема 38 % ;
- во 1992 односот потполно се променил во корист на нематеријалниот имот и изнесувал 62 % наспроти 38 % за материјалниот;
- во 2001 нематеријалниот имот учествувал со 85 %, а материјалниот со 15 %;
- додека во 2015 нематеријалниот имот учествува со 88 %, а материјалниот со 12 %.

Еден од показателите кој оди во прилог на оваа проекција е дека се воочува зголемување на вредностите на брендовите во втората декада од XXI век. Тоа што може да се забележи е дека за многу кратко време значењето на нематеријалниот имот добил поголема важност во однос на матријалниот. Во современите услови доаѓаат до израз оние организации во кои преовладуваат нематеријалните ресурси и токму тие се многу интересни за инвеститорите. Според структурата на интелектуалниот капитал на Урлич [32] знаењето, вештините и искуството на вработените се групирани во компетентност на вработените, додека посветеноста се наведува како посебен елемент на интелектуалниот капитал. Според него, посветеноста претставува внатрешна резерва која не бара вложување средства, а може да даде резултат само доколку правилно се поттикнува и развива [33]. Па, така, тој ја дава следнава формула за интелектуален капитал:

ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ = КОМПЕТЕНТНОСТ Х ПОСВЕТЕНОСТ

Доколку организацијата има вработени кои се високо компетитивни, но кои не се доволно посветени (или не работат добро, или недоволно), таа има неискористен

[31]Figar, N. (2007): „Upravljanje resursima preduzeća“, Ekonomski fakultet Niš, str. 90.
[32]Urlich, D. (1998): „Intellectual Capital = Competence X Commitment“, Sloan Management Review, Winter 1998
[33]Urlich, D. (1998): „Intellectual Capital = Competence X Commitment“, Sloan Management Review, Winter 1998,

потенцијал на човечки ресурси. Некои организации имаат посветени вработени (кои работат брзо), но кои не се компетентни или не се дволно компетентни (вработени кои не работат добро). Конкурентска предност може да постигнт само оние организации кои располагаат со високо компетентен и високо посветен човечки потенцијал. Важно е да се истакне дека токму мотивацијата претставува инструмент за изградба на посветеноста.

Според одредени истражувања [34] дури 42 % од вкупното знаење на една организација се наоѓа во главите на вработените. Ова знаење е добиено како искуство низ комуникацијата со останатите, тоа е вградено во практиката на организацијата и луѓето кои работат во него, но сепак, е и персонализирано, неформално, тешко мерливо и со него тешко се управува. Она што е најстрашно е фактот што знаењето во организацијата се намалува откако вработените ќе го напуштат. Токму поради тоа, постои проблем во организацијата како тоа знаење да го направат достапно за сите вработени. Знаењето на поединицот го достигнува својот полн потенцијал во создавањето економска вредност тогаш, кога тоа знаење ќе се интегрира во рутината на организацијата, односно кога ќе се трансформира во организациско знаење. Трансформацијата на знаењето на поединецот во организациско знаење, воопшто, не е лесна, ниту, пак, автоматска и бара посветеност и време, како и огромен труд за да се покаже знаењето, да се пренесе и да се направи расположливо.

За да има одржлив развој една организација, од големо значење се знаењето и неговото унапредување. Знаењето и искуството, кое го стекнуваат вработените во организацијата со извршување активности, ја содржат вистинската вредност на организацијата само ако тоа е достапно на сите вработени. Со овој начин на работа организацијата делумно се штити од ризиците кои ги носи флуктуацијата на кадрите. Со непрекинато подобрување и поттикнување на иновативноста и креативноста, организацијата си обезбедува подобри позиции на пазарот. Во современите услови, организациите може да се поделат на оние кои не користат интелектуален капитал и на оние кои користат. Сите организации кои не користат интелектуален капитал во работата, делуваат по воспоставени навики, а нивниот развој е под влијание н надворешни сили. За разлика од нив, оние организации кои го користат интелектуалниот капитал можат да се спротивстават на предизвиците кои ги наметнува околината, тие се пофлексибилни и успешни во градењето на соодветни односи со

[34]Clarke, T; Rollo, C. (2001): „Corporate Initiatives in Knowledge Management“, MCB University Press, Education and Training, Vol. 43, No. 4/5, pp. 206-214.

деловните партнери. Вторите организации, своите расположливи ресурси ги користат максимално и, на тој начин, ја зголемуваат својата пазарна вредност. За современите организации од исклучително значење е интелектуалниот капитал. Нивната успешност не е утврдена само во податоците искажани во финансиските извештаи. Најголем дел од вредноста на организацијата води потекло од скриениот (неопиплив) имот, па токму затоа значително се насочува внимание кон проучувањето на интелектуалниот капитал.

Во студијата на Пев Тан[35] и соработниците, се покажало дека постои позитивен однос помеѓу интелектуалниот капитал и перформансите на организацијата. Интелектуалниот капитал е во корелација со идните перформанси на организацијата, а стапката на пораст на интелектуалниот капитал е во позитивен однос со перформансите на организацијата, додека придонесот на интелектуалниот капитал во подобрувањето на перформансите се разликува од индустрија до индустрија.

Според Линг [36] структурниот капитал има директно позитивно влијание на финансискиот учинок, а сите три структурни сегменти на интелектуалниот капитал се под директно позитивно влијание на глобалната агилност и иновациите.

3.4. ФИНАНСИСКО ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Традиционалниот книговдствен информациски систем се карактеризира со разработен систем на мерење на материјалниот имот и финансискиот капитал. Неговите конечни производи, односно финансиските извештаи се разбирливи за бројни

[35]Pew Tan, H; Plowman, D; Hancock, P. (2007): „Intellectual Capital and Financial Returns of Companies“, Journal of Intellectual Capital, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 8, No. 1, pp. 76-95.

[36] Ling, Y. (2013): “The Influence of Intellectual Capital on Organizational Performance – Knowledge Management as Moderator”, Asia Pacific Journal of Management, New York: Springer, Volume 30, Issue 3, pp. 937-964.

корисници во целиот свет. Меѓутоа, овие финансиски извештаи не го прикажуваат целосниот (нематеријален, невидлив, неопиплив) имот. Во структурата на вкупната пазарна вредност на организацијата со поголем степен е застапен нематеријалниот имот (дури преку 80 %) што покажува на потребата од финансиско известување за инелектуалниот капитал.

Извештајот за интелектуалниот капитал претставува алатка на менаџментот која се користи да ја генерира вредноста на организацијата и алатка за комуникација со вработените, купувачите, деловните партнери и инвеститорите за начинот на кој организацијата ја генерира својата вредност.[37] Овој извештај е од големо значење за организацијата чии акции се наоѓаат на берзата, а познато е дека интелектуалниот капитал ја определува нивната пазарна вредност. Кога станува збор за неидливиот имот (внатрешно создаден интелектуален имот, знаење и однос со надворешната околина) традиционално конвенционалните сметководителски системи се немоќни.

Успешниот систем на мерење и известување за видливиот материјален имот и финаниски капитал е разработен низ традиционалниот книговодствен систем. Бидејќи во современите услови е воочено дека голем дел од вредностите во организацијата потекнуваат од невидливиот, односно интелектуалниот капитал, токму затоа се појавува неопходноста од вметнување на интелектуалните ресурси во самиот систем на мерења и известувања. Самиот извештај за интелектуалниот капитал претставува инструмент на менаџментот за кумулирање на вредностите во организацијата и инструмент за комуникација за деловните партнери, инвеститорите и вработените за начинот на кој организацијата создава дополнителна вредност. Известувањето за интелектуалниот капитал е од голема важност за организациите чии акции се наоѓаат на берзата, бидејќи со тоа се утврдува висината на пазарната вредност на акциите. Асиметричноста на информациите се смалува со известувањто за интелектуалниот капитал. Остварените перформанси на интелектуалниот капитал даваат увид за успешноста, преземените мерки и применетите техники на управување и претставуваат иден патоказ за иднината на работењето. Во врска со невидливиот имот, внатрешно создадениот интелектуален имот и односот со надвоврешната околина, традиционалните книговодствени системи се немоќни.

Традиционалните финансиски извештаи не можат да ги вбројат брендот, деловните процеси, мрежата на купувачи, добавувачи и др. Колкава ќе биде висината

[37]Intellectual Capital Statements – the New Guideline, Danish Ministry of Science, Tehnology and Innovation, Copenhagen, Denmark (2003).

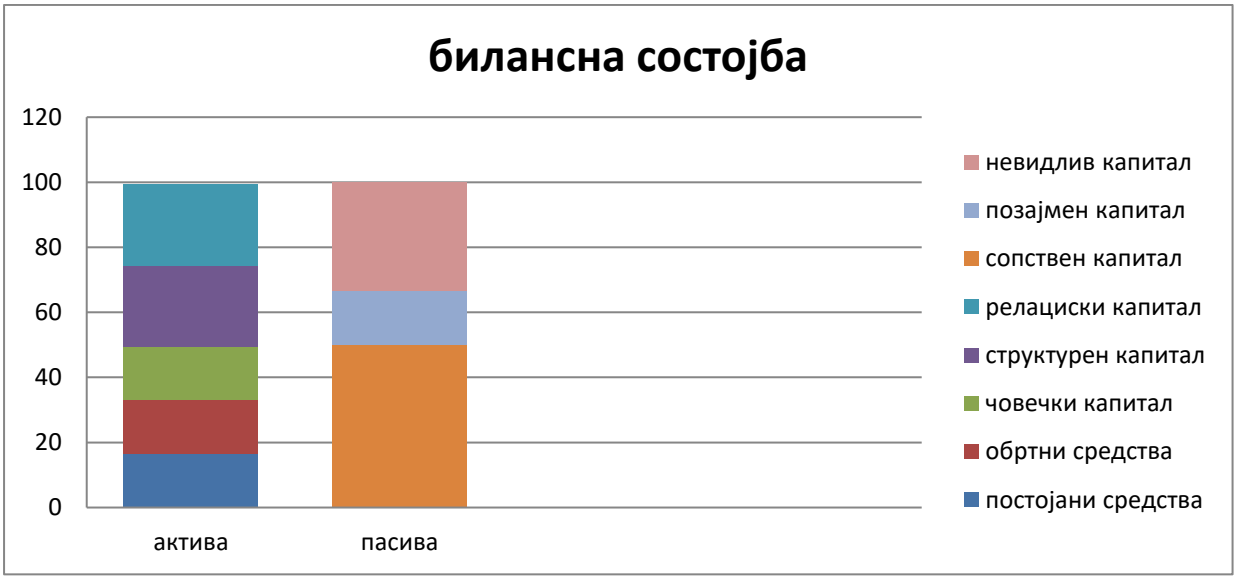
на невидливиот капитал во едно организација зависи од способноста на создавање и ефикасноста на управување со интелектуалниот капитал. Бидејќи традиционалните финансиски извештаи не можат да го опфатат претходно споменатото, тие би требало да се дополнат со информации за интелектуалниот капитал низ дополниелни извештаи. Според Рослендер [38] „доколку книговодствената професија не е способна да го приближи интелектуалниот капитал во извештаите, тој е во опасност да го изгуби својот статус на клуч на менаџерските функции“. Традиционалните финансиски извештаи во современите услови на 21от век почнуваат да губат на значење, бидејќи не се во можност да го опфатат најважниот ресурс на делување на организацијата во новата економија, т.н. интелектуалниот капитал. Традиционалните односно, официјалните финансиски извештаи се однесуваат исклучиво на материјалните опипливи ресурси и на финансискиот капитал. Информаците во финансиските извештаи се соодветни за анализа и читање како за менаџерите така и за останатите. Меѓутоа, во новиот век значаен дел од вредностите на организацијата води потекло од невидливите ресурси и токму за него официјалните традиционални финансиски извештаи се некомплетни.

Дека финансиските извештаи треба да се дополнат со информациии за интелектуалниот капитал во вид на дополнителни извештаи, сè повеќе се залагаат многу експерти и сруктурни организации. Извештајот за интелектуалниот капитал претставува инструмент на менаџментот за зголемување на вредноста во организацијата и значаен инструмент за комуникација за вработените, деловните партнери, купувачите, добавувачите, инвеститорите и останатите за начинот на кој организацијата ја кумулира својата вредност. [39] Од исклучително значење за менаџментот на организацијата се остварените преформанси за интелектуалниот капитал, бидејќи со нив им се овозможува согледување на успешноста на започнатите акции и имплементираните техники на управување, истовремено овозможува приказ на правецот на движење во иднина. Ова известување за интелектуалниот капитал е од особено големо значење, бидејќи на тој начин доаѓа до смалување на асиметричноста на информациите. Бидејќи засега, радиционалните книговодствени системи немаат донесено официјален модел (законска или професионална регулатива) со која се врши

[38] Roslender, R. (2004): “Accounting for Intellectual Capital – Rethinking Its Theoretical Underpinnings”, Measuring Business Excellence, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 8, No. 1, p. 39.

[39] Intellectual Capital Statements, (2003): “The New Guideline”, Danish Ministry of Science, Technology and Innovation, Copenhagen, Denmark

утврдување на внатрешно создадениот невидлив инелктуален капитал, токму затоа се создава, таканаречен, феномен на невидлив баланс. Тоа е прикажано во наредната шема[40]:



Шема бр.4.*Пазарно вреднување на организацијата според материјалниот и нематеријалниот имот.*

Материјалниот имот е видлив и е прикажан во официјалниот биланс на состојбата. Материјалниот од нематеријалниот имот кој е невидлив го дели хоризонтална линија во официјалниот баланс на состојба, а тој најмногу придонесува за зголемување на вредноста на организацијата.

Во последниве 20 години е забележано отстапување помеѓу пазарната вредност на организацијата во однос на неговата книговдствена вредност. Токму затоа презентираниот биланс ја прикажува комплетната информација за тоа што поседува организацијата, а не е целосно воочливо во официјалниот финансиски извештај. Невидливот интелектуален капитал кој се наоѓа под линијата е, всушност, суштината на современите услови на водење бизнис, бидејќи од него зависи создавањето на дополнителната вредност.

[40]Attainix Consulting – modifikovana šema od strane autora
http://www.attainix.com/downloads/WhatIsIntellectualCapital.pdf, datum pristupa 23.04.2014.

3.5. ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ КАКО ЕЛЕМЕНТ НА ДЕЛОВНО ОДЛУЧУВАЊЕ

Почетокот на процесот на одлучување се поврзува со постанокот на човештвото. Донесувањето на одлуките е секојдневна неминовсност. Со оглед на усложнувањето и комплексноста на деловните процеси, од период во период, е потребна поголема количина на знаење. Со донесувањето на одлуките се јавува проблем, бидејќи во многу деловни ситуации често се случува материјалната

формализација на проблемите да биде неизводлива. Во ситуации, кога математичките модели се непроменливи, тие се заменуваат со симулации. Квалитетот на одлучувањето во голема мерка влијае на кариерата на менаџерите. Одлуката е од основно значење за перформансите на организацијата. Одлучувањето само по себе има бихејвиористички и квантитативни аспекти. Бихејвиористичките се однесуваат на социологија, психологија, социјална психологија и филозофија, додека квантитативните се однесуваат на математика, економија и статистика. Следбениците на квантитативните пристапи, главно, не придаваат значење на останатите, а искуството и практичните услови покажува дека општествените науки кои се база на бихејвиористичкиот пристап се поприсутни. Па, токму затоа, следува заклучок дека е неминовна фузија на квантитативниот, бихејвиористичкиот и информатичкиот пристап.

Одлучувањето може да се дефинира како метод за одбирање на приоритетите. Тоа претставува особено важна активност во современите организации, бидејќи е клучен чекор со соодветните управувања, а се заснова на информациии од финансиските извештаи, пресметки, проекции и др. Секоја организација својот раст и развој го одредува со реализција на планирани долгорочни (стратешки) одлуки со кои се остваруваат општите цели. Тоа се одлуки кои го претставуваат инвестирањето или дезинвестирањето (смалување на капацитетите) во постоечкиот имот на организацијата. Со овие одлуки се поставува долгорочна стратегија за работење на организацијата. За разлика од нив со краткорочните (тактички) одлуки се врши реализација на посебни цели со фокус на што подобра искористеност на ресурсите со кои располага организацијата. Тоа се одлуки поврзани за квантитетот, нарачки при купување, големина на производната серија, висина на цената и др. Овие одлуки претставуваат база од која се поаѓа при создавањето на плановите за успех и текот на парите во кратки временски периоди, односно периодично. Основа за донесување на споменатите деловни одлуки може да бидат квантитативните и квалитативните финансиски и нефинансиски информаци кои доаѓаат до израз при деловното одлучување. Што се однесува до одлучувањето врз база на финансиски информациии, елементите се прилично јасни. Почетната основа е од финансиските извештаи, односно утврден се од овие извештаи во зависност од големината на организацијата. Движењата во економијата се следат со векови. Воочени се циклуси, сменување на депресија и рецесија, дефлација и инфлација и покрај развојот на науката многу е тешко да се предвиди економско финансиска криза. Со осцилација на макропазарот,

сите микробизниси чувствуваат значајни турбуленции. Кога од макроточка ќе се прејде на микро и ќе се насочи на конкретна организација, при донесување соодветни деловни одлуки би требало да се земат предвид и нефинансиските информации. Рациоанализацијата дава многу одговори. Во деловната култура на деловно развиените земји постои една реченица во која има многу вистина, приходот е добар, добивката е подобра, а парите се крал (revenue is good, profit is better, cash is the king).

Информациите од билансната состојба укажуваат дали организацијата е презадолжено, каков е односот на средства и сл. Информаците од билансот на успехот укажуваат на висината на рентабилната положба додека извештајот за паричните вредности дава информација за степенот на ликвидност и солвентност. Сè повеќе теоретичари и практичари увидуваат дека растот и развојот на организацијата, односно неговиот успех, во голем степен зависи од нефинансиските информации. Според Чеунг [41], деловните перформанси на организацијата во голема мерка зависат од ефикасноста на управувањето и мерењето на интелектуалниот капитал. Ефектите од управувањето на интелектуалниот капитал имаат позитивна рефлекција на перформансите на организацијата. Само она знаење кое е трансформирано во нешто вредно, претставува интелектуален капитал. Во основа, клучен елемент на интелектуалниот капитал е знаењето, но само она знаење кое може да се употреби за создавање нови вредности, идеи, производи, решенија кои на организацијата ќе ѝ донесат профит, но и конкурентска позиција на пазарот. Според наведеното, јасно е дека искуствениот дел како сегмент на интегрираниот дел на интелектуалниот капитал придонесува за унапредување на функциите на деловното одлучување. Во поново време се смета дека единствено корелација на анализата на финансискиот и нефинансискиот капитал може да вроди со постабилна или посигурна деловна проценка која води до објективни деловни одлуки.

[41]Cheung, C.F; Lee, W.B; Wang, W.M; Chu, K.F. ,S.To (2003): „A Multi-Perspective Knowledge Based System for Customer Service Management“, Expert Systems with Applications, 24, 2003, pp.457-470.

II ИСТРАЖУВАЧКИ ДЕЛ

4. ПРОБЛЕМ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Во магистерскиот труд беше истражуван интелектуалниот капитал во организациите, односно неговото вреднување, како и начинот на менаџирање и врз основа на тоа дефиниран е основниот проблем на истражувањето, кој гласи:

Дали менаџирањето и вреднувањето на интелектуалниот капитал придонесува за низа на бенефити во организацијата?

5. ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Предмет на истражувањето претставува да се утврди придонесот на менаџирањето и вреднувањето на интелектуалниот капитал во организациите.

6. ХИПОТЕЗИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Генерална хипотеза

Врз основа на поставениот проблем е дефинирана главна хипотеза во истражувањето која гласи:

Ако интелектуалниот капитал се менаџира и вреднува на соодветен начин, тогаш за организацијата ќе има многу бенефити во сите насоки на нејзиното функционирање.

Посебни хипотези

1. Ако во организацијата се планира и менаџира интелектуалниот капитал, тогаш нејзината конкурентска предност ќе се зголемува.

2. Ако постои свесност кај вработените за важноста на интелектуалниот капитал, тогаш тоа води кон пооптимално искористување на потенцијалите во организацијата.

Варијабли во истражувањето:

Независна варијабла: Менаџирње и вреднување на интелектуалниот капитал

Зависна варијабла: Бенефити на организацијата

7. МЕТОДОЛОШКИ ДЕЛ

Во методолошкиот дел се презентирани методите и техниките, испитаниците, индикаторите, постапката, како и обработката на податоците кои беа користени во истражувањето.

7.1. МЕТОДИ И ТЕХНИКИ

За ова истражување беа применети на следниве научно-истражувачки методи:

- ✓ метод на анализа;
- ✓ метод на компаративна анализа; и
- ✓ метод на синтеза.

Покрај претходно наведените научно-истражувачки методи, во истражувањето беа применети и следниве методи и техники за собирање податоци:

- ✓ метод на анализа на содржини на документи;
- ✓ метод на испитување со примена на техника на анонимно анкетирање на испитаниците.

7.2. ИСПИТАНИЦИ

Истражувањето беше спроведено во организации од приватниот и јавниот сектор, од различна дејност. Во примерокот кој беше истражуван се внимаваше на

соодветна полова, национална и професионална распределеност (менаџерска или неменаџерска работна позиција).

Во истражувањето беа опфатени вкупно 92 испитаници, од кои 38 од машки пол и 54 од женски пол или процентуално прикажано, 41% од анкетираните припаѓаат на машките, а 59% на женските испитаници.

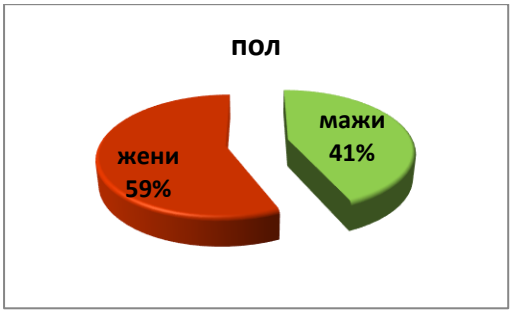


График 1 *Графички приказ на распределбата според пол.*

Возраст	Мажи	Жени
20-30	0	10
31-40	18	14
41-50	16	26
Над 51	4	4
Вкупно	38	54

Табела 5 *Распределба според пол*

Учесниците во анкетата беа од различен возрасен состав (графикон 2), поточно учествуваа 11% (10 учесници) на возраст од 20 до 30 години, 35% (32 учесници) на возраст од 30 до 40 години, 45% (42 учесници) на возраст од 40 до 50 години и 9% (8 учесници) на возраст над 50 години. Според половата распределба (табела 5), на возраст од 20 до 30 години, од вкупно 10 анкетирани учествувале 10 жени, на возраст од 30 до 40 години, од вкупно 32, учествувале 18 анкетирани од машки пол и 14 припаднички од женски пол, на возраст од 40 до 50 години од 42 анкетирани, учествувале 16 анкетирани мажи и 26 анкетирани жени и на возраст над 50 години, од вкупно 8, учествувале 4 од машки пол и 4 од женски пол.

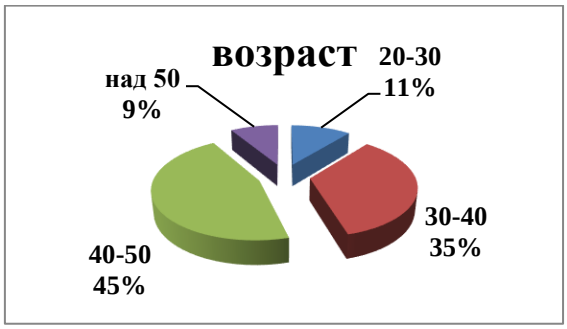


График 2.*Распределба според возраст*

Според половата структура (табела 6), од вкупно 16 вработени кои се со средно образовен профил, 8 се мажи и 8 жени. Од вкупно 72 вработени кои имаат завршено високо образование, 28 се од машки пол, а 44 од женски. Од 4 магистри, 2 припаѓаат на машкиот пол, а 2 на женскиот пол.

Образо-вание	Средно		Високо		Магистри	
Пол	м	ж	м	ж	м	ж
	8	8	28	44	2	2

Табела 6.*Образовна распределбаспоред полот*

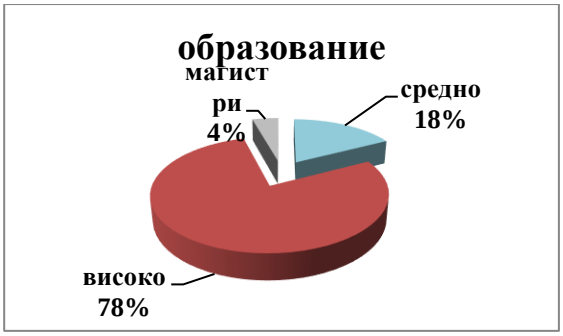


График 3 *Образовен профил на анкетираните.*

Според образовниот профил (графикон 3), доминираат анкетираните со високо образование кои учествуваа со 78% (72 испитаници) од вкупниот број, па следуваат со средно образование со 15% (16 испитаници) и само 4% (4 испитаници) припаѓаат на магистри.

Образование	Средно		Високо		Магистри	
Возраст/пол	м	ж	м	ж	м	ж
21-30	0	4	0	6	0	0
31-40	4	0	14	14	0	0
41-50	2	4	12	20	0	2
Над 51	2	0	2	4	2	0

Табела 7 *Полово/возрасна структура според образованието.*

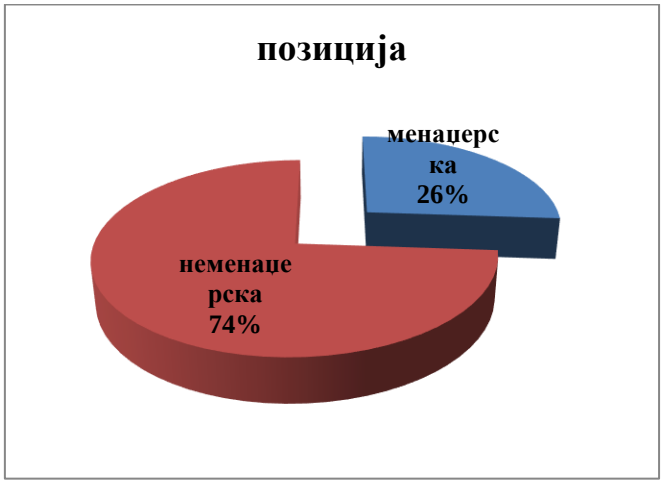
За тоа дека е работено со широк профил на анкетирани лица говори табелата 7 од каде се гледа различноста на образованието, полот и возраста на анкетираните лица. Имено, од табелата можеме да забележиме дека од вкупно 10 анкетирани лица кои се на возраст меѓу 21 и 30 години, 4 се мажи со средно образование, а 6 се жени со високо образование. Од 32 анкетирани лица на возраст помеѓу 31 и 40 години, 4 мажи се со средно образование, а 14 мажи и исто толку жени се со високо обраование. Што се однесува до 40-те испитаници кои се на возраст од 41 до 50 години, 2 мажи и 4 жени се со средно образование, 12 мажи и 20 жени се со високо образование, а две жени се магистри, а од оние што се над 51 години од вкупно 10 анкетирани, 2 мажи се со средно образование, 2 мажи и 4 жени се со високо образование и 2 мажи се магистри.



Графикон 4 *Распределба според работниот стаж.*

Учесниците во оваа анкета, исто така, имаа и различен работен стаж (графикон 4). Имено, 28% (26 анкетирани) имаат работен стаж помалку од 10 години, 46% (42 анкетирани) имаат работен стаж од 10 до 20 години, 24% (22 анкетирани) имаат работен стаж од 20 до 30 години, а само 2% (2 анкетирани) имаат работен стаж повеќе од 30 години.

Според графиконот 5, од вкупниот број анкетирани лица, 26% (24) се наоѓаат на менаџерска позиција, а останатите 74% (68) на неменаџерска позиција.



Графикон 5 *Работна позиција на анкетираните лица*

7.3. ИНДИКАТОРИ

Анкетниот прашалник се состоеше од два дела, од кои првиот дел се однесуваше на демографски податоци, вториот дел се состои од прашања кои се користеа за собирање податоци за потребата на ова истражување.

Емпириските податоци беа собрани непосредно врз основа на писмени искази на испитаниците. Анкетниот прашалник беше пополнуван дел по електронски пат, а дел во печатен облик, од типот молив – хартија.

Во прашалникот имаше прашања за варијаблите во истражувањето, односно се однесуваа на интелектуалниот капитал, неговото менаџирање и вреднување и бенефитите кои произлегуваат од него, како и неговото функционирање. Секој од деловите на прашалникот има соодветна форма:

- ✓ беше презентирано кратко објаснување и упатство за пополнување, како и одредени општи прашања за испитаникот, како на пр. старост, пол, ниво на образование, работно место (позиција) и слично;
- ✓ главниот дел од секој прашалник содржи поголем број на затворени прашања, 20 се однесуваат на интелектуалниот капитал, начините на менаџирањето и бенефитите и за секое од нив се понудени три алтернативи за одговор.

7.4. ПОСТАПКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Анкетните прашалници беа доставени на испитаниците во електронска и печатена форма. За учество во истражувањето, испитаниците беа одбрани по случаен избор. Пред да им бидат разделени прашалниците, тие беа групно запознати, така што авторот во секоја институција посебно формираше група од испитаниците на кои во кратки, но суштински црти им беше кажана целта на истражувањето и им беше дадено упатство за начинот (принципот) за одговарање на прашалниците. При тоа од секој испитаник беше побарана согласност за учество во истражувањето со цел анкетирањето да се реализира поединечно (индивидуално).

7.5. ОБРАБОТКА НА ПОДАТОЦИ

Резултатите, односно податоците, добиени од анкетирањето, се обработени компјутерски со примена на програма за табеларна обработка на податоци од пакетот MS Office.

Резултатите од истражувањето се прикажани со табели и графикони, каде секој од нив е нумериран, именуван и проследен со објаснување соодветно на индикаторот.

III. РЕЗУЛТАТИ

КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Во овој дел се презентирани добиените податоци од истражувањето, претставени табеларно и графички за јасно и прегледно прикажување.

1. На прашањето *„Дали сте запознати што претставува интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 72 одговориле дека се запознати со тоа што претставува интелектуалниот капитал, 8 одговориле дека не се запознати, 12 одговориле со не знам што, исто така, може да се протолкува дека не се запознати.

Дали сте запознати што претставува интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
72	8	12

Табела 8 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 1.*

Според процентуалниот приказ што е прикажан на графиконот 6, високи 78% одговориле дека се запознати со тоа што, всушност, претставува интелектуалниот капитал, 9% се изјасниле дека не знаат што е интелектуален капитал, 13% одговориле со не знам.



Графикон 6 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 1.*

2. На прашањето *„Дали според Вас има разлика помеѓу човечки и интелектуален капитал?“*, постои голема поделеност во одговорите, имено, од вкупниот број на анкетирани, по 28 одговориле дека *има* и исто толку дека *не знаат* дали има

разлика помеѓу човечки и интелектуален капитал, а 36 сметаат дека *нема разлика* помеѓу човечки и интелектуален капитал.

Дали според Вас има разлика помеѓу човечки и интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
28	36	28

Табела 9*Табеларен приказ на одговорите од прашање број 2.*

Според графичкиот приказ на резултатите на ова прашање, 31% се изјасниле дека има разлика помеѓу човечкиот и интелектуалниот капитал, 39% сметаат дека не постои разлика, додека 30% не знаат дали има разлика помеѓу овие два вида на капитал.



Графикон 7 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 2*

3. На прашањето *„Дали ја разбирате важноста на интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 54 одговориле дека ја разбираат важноста, 18 не ја

разбираат важноста на интелектуалниот капитал, а 20 не знаат дали ја разбираат вежноста.

Дали ја разбирате важноста на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
54	18	20

Табела 10 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 3*

Процентуалниот приказ на одговорите на ова прашање е прикажан во графикон број 8, од каде се гледа дека 59% од анкетираните сметаат дека ја разбираат важноста на интелектуалниот капитал, 19% се изјасниле дека не ја разбираат оваа важност, 22% одговориле дека не знаат дали ја разбираат важноста на интелектуалниот капитал.



Графикон 8 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 3*

4. На прашањето *„Дали во Вашата организација постои планирање на интелектуалниот капитал?“*, од вкупниот број анкетирани лица, 30 одговориле со да, 42 одговориле дека во организацијата во кое работат не постои планирање на

интелектуалниот капитал, 20 одговориле дека не знаат дали постои планирање на интелектуалниот капитал.

Дали во Вашата организација постои планирање на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
30	42	20

Табела 11 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 4*

Според графичкиот приказ, 32% сметаат дека во организацијата во која работат постои планирање на интелектуалниот капитал, дури 46% сметаат дека не постои планирање на интелектуалниот капитал, 22% не знаат дали постои такво планирање.



Графикон 9 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 4*

5. На прашањето *„Дали во Вашата организација се менаџира на интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 36 одговориле со да, 32 одговориле дека во организацијата во кое работат не се менаџира интелектуалниот капитал,

додека 24 анкетирани, не знаат дали во организацијата во кое работат се менаџира интелектуалниот капитал.

Дали во Вашата организација се менаџира на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
36	32	24

Табела 12 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 5*

Според процентуалниот приказ, 39% од анкетираните лица сметаат дека во организацијата во која работат се менаџира интелектуалниот капитал, 35% сметаат дека тој не се менаџира, а 26% не знаат дали во организацијата во која работат се менаџира интелектуалниот капитал.



Графикон 10 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 5*

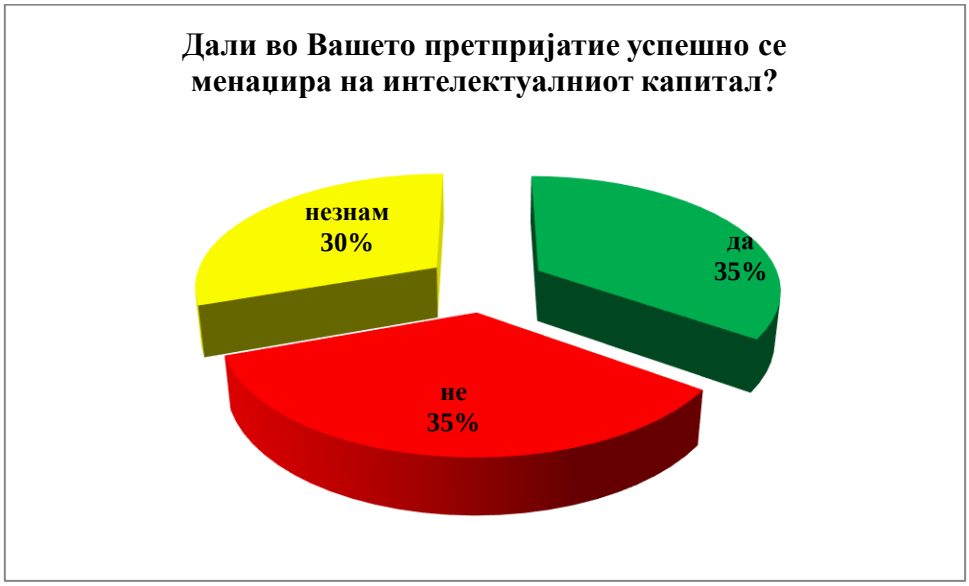
6. На прашањето *„Дали во Вашата организација **успешно** се менаџира на интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 32 се изјасниле дека во организацијата во која работат успешно се менаџира интелектуалниот капитал,

исто толку дека тој не се менаџира успешно, 28 одговориле дека не знаат дали успешно се менаџира интелектуалниот капитал.

Дали во Вашата организација успешно се менаџира на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
32	32	28

Табела 13 *Табеларен приказ на* одговорите *од прашање број 6*

Според графиконот 11 на кој се прикажани процентуалните одговори на ова прашање, 35% од анкетираните лица сметаат дека во организацијата во која работат успешно се менаџира интелектуалниот капитал и исто толку дека тој не се менаџира успешно. 30% одговориле дека не знаат дали во организацијата во која работат интелектуалниот капитал успешно се менаџира.



Графикон 11 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 6*

7. На прашањето *„Дали интелектуалната сопственост што ја поседува организацијата може да ја зголеми вредноста на организацијата?“*, 52 од анкетираните одговориле со *да*, само 12 одговориле дека интелектуалната

сопственост што ја поседува организацијата не може да ја зголеми вредноста на организацијата, 28 одговориле со не знам.

Дали интелектуалната сопственост што ја поседува организацијата може да ја зголеми вредноста на организацијата?		
Да	Не	Не знам
52	12	28

Табела 14 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 7*

Според графичкиот приказ на одговорите на ова прашање, 57% од анкетираните лица сметаат дека интелектуалната сопственост што ја поседува организацијата може да ја зголеми вредноста на организацијата, 13% сметаат дека не може да ја зголеми врадноста, 30% одговориле дека не знаат дали интелектуалната сопственост што ја поседува организацијата може да ја зголеми вредноста на организацијата.



Графикон 12 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 7*

8. На прашањето *„Дали во Вашата организација постои заштита на интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 28 одговориле со да, 44 одговориле дека во организацијата во која работат не постои заштита на

интелектуалниот капитал и 20 одговориле дека не знаат дали постои таква заштита.

Дали во Вашата организација постои заштита на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
28	44	20

Табела 15 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 8*

Процентуално, одговорите на ова прашање се распределени така што 30% сметаат дека во организацијата во која работат постои заштита на интелектуалниот капитал, 48% сметаат дека не постои таква заштита, а 22% не знаат дали во организацијата во која работат постои заштита на интелектуалниот капитал.



Графикон 13 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 8*

9. На прашањето *„Дали Вашата организација организира обуки за вработените со цел зголемување на интелектуалниот капитал?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 22 се изјасниле дека организацијата во која работат организира обуки за

вработените, со цел зголемување на интелектуалниот капитал, 36 одговориле дека во нивната организација не се организираат таков вид обуки и 34 одговориле дека не знаат дали во организацијата во која работат се организираат обуки за вработените, со цел зголемување на интелектуалниот капитал.

Дали Вашата организација организира обуки за вработените со цел зголемување на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
22	36	34

Табела 16 Табеларен приказ на одговорите од прашање број 9

Според графичкиот приказ на графиконот број 14, 24% од анкетираните лица одговориле дека организацијата во која работат организира обуки на вработените со цел да се зголеми интелектуалниот капитал, 39% одговориле дека во нивната организација не се организираат ваков вид обуки, а 37% се изјасниле дека не знаат дали во организацијата во која работат се организираат обуки за вработените со кои се зголемува интелектуалниот капитал на организацијата.



Графикон 14 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 9*

10. На прашањето *„Дали Вашата организација учествува на семинари со цел зголемување на интелектуалниот капитал?“*, од вкупниот број анкетирани лица, 46 одговориле со да, 24 одговориле дека организацијата во која работат не

учествува на семинари со цел зголемување на интелектуалниот капитал, 22 одговориле дека не знаат дали организацијата во која работат учествува на ваков вид обуки.

Дали Вашата организација учествува на семинари со цел зголемување на интелектуалниот капитал?		
Да	Не	Не знам
46	24	22

Табела 17 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 10*

Изразено во проценти, половина од анкетираните лица или 50% одговориле дека организацијата во која работат учествува на семинари со цел зголемување на интелектуалниот капитал, 26% се изјасниле дека организацијата во која работат не учествува на ваков вид обуки, 24% одговориле дека не знаат дали организацијата учествува на обуки.



Графикон 15 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 10*

11. На прашањето *„Дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 58 одговориле со *да*, 18 сметаат дека интелектуалниот капитал не е поврзан со перформансата на вработените, а 16

не знаат дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените.

Дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените?		
Да	Не	Не знам
58	18	16

Табела 18 Табеларен приказ на одговорите од прашање број 11

Според графичкиот приказ прикажан на графикон 16, дури 63% од вкупниот број анкетирани лица сметаат дека интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените, според 20%, интелектуалниот капитал не е поврзан со перформансата на вработените, а 17% одговориле дека не знаат дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените.



Графикон 16 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 11*

12. На прашањето *„Дали интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал?“*, 38 од анкетираните одговориле дека интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал, 26 сметаат дека интелектуалниот капитал не е

поврзан со финансискиот капитал, 28 се изјазниле дека не знаат дали интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал.

Дали интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал?		
Да	Не	Не знам
38	26	28

Табела 19 Табеларен приказ на одговорите од прашање број 12

Изразено во проценти, 41% од анкетираните лица одговориле дека интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал, 28% сметаат дека интелектуалниот капитал не е поврзан со финансискиот капитал и 31% се изјасниле дека не знаат дали интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал.



Графикон 17 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 12*

13. На прашањето *„Дали интелектуалниот капитал може да се купи?“*, 28 од вкупно 92 анкетирани лица одговориле дека интелектуалниот капитал може да се купи, 20 сметаат дека интелектуалниот капитал не може да се купи, 44 не знаат дали интелектуалниот капитал може да се купи.

Дали интелектуалниот капитал може да се купи?		
Да	Не	Не знам
28	20	44

Табела 20 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 13*

Според графиконот, 18,30% од анкетираните сметаат дека интелектуалниот капитал може да се купи, 22% одговориле дека интелектуалниот капитал не може да се купи, дури 48% се изјасниле дека не знаат дали интелектуалниот капитал може да се купи.



Графикон 18 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 13*

14. На прашањето *„Дали интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата?“*, од вкупниот број анкетирани лица, 56 се изјасниле дека интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата, само 12 сметаат дека интелектуалниот капитал не ја зголемува вредноста на

организацијата, а 24 одговориле дека не знаат дали интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата.

Дали интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата?		
Да	Не	Не знам
56	12	24

Табела 21 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 14*

Искажано во проценти, 61% сметаат дека интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата, 13% се изјасниле дека интелектуалниот капитал не ја зголемува вредноста на организацијата, а 26% не знаат дали интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата.



Графикон 19 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 14*

15. На прашањето *„Дали сметате дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла?“*, од вкупниот број анкетирани лица, 32 се изјасниле дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла, 10 одговориле дека интелектуалниот капитал не може да се измери во финансиска смисла, дури

50 не знаат дали интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла.

Дали сметате дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла?		
Да	Не	Не знам
32	10	50

Табела 22 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 15*

Според графичкиот приказ на одговорите на ова прашање, 35% одговориле дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла, 11% сметаат дека не може да се измери, дури 54% не знаат дали интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла.



Графикон 20 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 15*

16. На прашањето „*Дали управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската предност*?“, од вкупно 92 анкетирани лица, дури 68 одговориле дека управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската

предност, само 8 се изјасниле дека управувањето со интелектуалниот капитал не ја зголемува конкурентската предност, а 16 одговориле со не знам.

Дали управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската предност?		
Да	Не	Не знам
68	8	16

Табела 23 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 16*

Процентуално изразено, дури 74% од анкетираните сметаат дека управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската предност, само 9% одговориле дека управувањето со интелектуалниот капитал не ја зголемува конкурентската предност, а 17% одговориле дека не знаат дали управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската.



Графикон 21 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 16*

17. На прашањето *„Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, 50 сметаат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените, 20 не се согласуваат, односно

одговориле со не, 22 не знаат дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените.

Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените?		
Да	Не	Не знам
50	20	22

Табела 24 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 17*

Според графичкиот приказ од графикон 22, 54% од анкетираните лица сметаат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените, 22% одговориле дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал не ја зголемува мотивираноста на вработените, 24% не знаат дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените.



Графикон 22 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 17*

18. На прашањето *„Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите?“*, од вкупно 92 анкетирани лица дури 56 одговориле со да, односно се согласуваат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите, 16 сметаат дека транспарентното управување со

интелектуалниот капитал не води кон пооптимално искористување на потенцијалите и 20 одговориле со не знам.

Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите?		
Да	Не	Не знам
56	16	20

Табела 25 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 18*

Според графичкиот приказ на одговорите на ова прашање, 61% од анкетираните сметаат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите, 17% одговориле со *не,* додека 22% не знаат дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите.



Графикон 23 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 18*

19. На прашањето „Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата?“, од вкупниот број анкетирани лица, 52 сметаат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата, 22 одговориле со *не*, а 18 не знаат дали

транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата.

Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата?		
Да	Не	Не знам
52	22	18

Табела 26 Табеларен приказ на одговорите од прашање број 19

Изразено во проценти, 56% од анкетираните се соглесуваат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата, 24% одговориле дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал не го зголемува имиџот на организацијата, 20% одговориле со не знам.



Графикон 24 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 19*

20. На прашањето *„Дали интелектуалниот капитал во нашите организации е соодветно вреднуван?“*, од вкупно 92 анкетирани лица, само 10 се согласуваат дека интелектуалниот капитал во организациите е соодветно вреднуван, дури 56 одговориле дека интелектуалниот капитал во организациите не е соодветно

вреднуван, 26 се изјасниле дека не знаат дали интелектуалниот капитал во организациите е соодветно вреднуван.

Дали интелектуалниот капитал во вашите организации е соодветно вреднуван?		
Да	Не	Не знам
10	56	26

Табела 27 *Табеларен приказ на одговорите од прашање број 20*

Изразено во проценти, 11% сметаат дека интелектуалниот капитал во организациите е соодветно вреднуван, според 61% од анкетираните, интелектуалниот капитал во организациите не е соодветно вреднуван, 28% одговориле дека не знаат дали интелектуалниот капитал во организациите е соодветно вреднуван.



Графикон 25 *Графички приказ на одговорите на прашањето број 20*

IV. ДИСКУСИЈА

КВАЛИТАТИВНА АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Во овој дел е претставена квалитативната анализа на добиените резултати и се изложени толкувањата на резултатите кои се добиени во текот на истражувањето со цел да се потврдат или да се отфрлат дефинираните хипотези.

Посебна хипотеза 1. Ако во организацијата се планира и се менаџира интелектуалниот капитал, тогаш нејзината конкурентска предност ќе се зголемува.

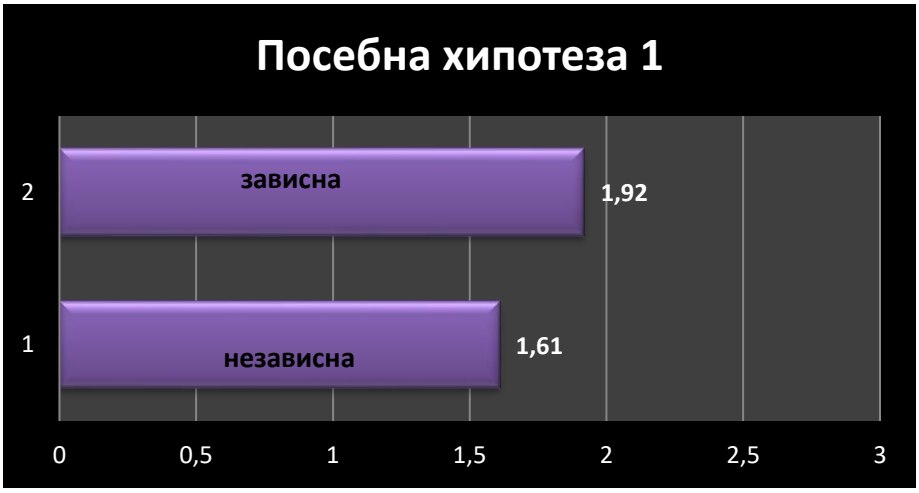
Неависната варијабла на оваа хипотеза претставува: планирањето и менаџирањето на интелектуалниот капитал во организацијата и проверка преку одговорите на прашањата 4, 5, 6, 8, 9 и 10, односно дали во организацијата во која работат анкетираните лица постои планирање на интелектуалниот капитал, како и дали тој се менаџира и доколку е така, дали менаџирањето на интелектуалниот капитал е успешно. Исто така, хипотезата е проверувана и преку одговорите на прашањата дали во организацијата во која работат анкетираните лица постои заштита на интелектуалниот капитал, како и дали организацијата во која работат организира некој вид обуки или, пак, ги испраќа на семинари своите вработени.

Независната варијабла за првата посебна хипотеза има вредност 1,92.

Зависната варијабла на првата посебна хипотеза претставува зголемувањето на конкурентската предност и таа е проверувана преку одговорите на прашањата 7, 14, 16 и 19, односно дали интелектуалната сопственост којашто ја поседува организацијата може да ја зголеми неговата вредноста, дали успешното управување на интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската предност, како и дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата.

Зависната варијабла за првата посебна хипотеза има вредност 1,61.

Вредностите на варијаблите од посебната хипотеза 1 се прикажани на графикон 26.



Графикон 26. *приказ на вредностите на варијабли за посебна хипотеза 1*

Според добиените резултати може да се заклучи дека **посебната хипотеза 1 е потврдена**, односно дека доколку во организацијата се планира и менаџира интелектуалниот капитал, тогаш нејзината конкурентска предност ќе се зголемува.

Посебна хипотеза 2. Ако постои свесност кај вработените за важноста на интелектуалниот капитал, тогаш тоа води кон пооптимално искористување на потенцијалите во организацијата.

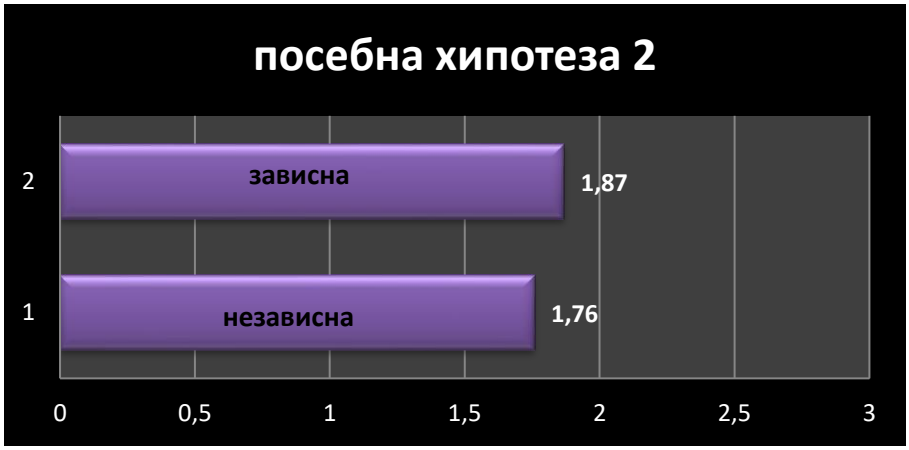
Независната варијабла на хипотезата број 2 е постоењето свесност кај вработените за важноста на интелектуалниот капитал и таа е проверувана преку прашањата 1, 2, 3, 13 и 20, односно дали вработените знаат што претставува интелектуалниот капитал, дали прават разлика помеѓу човечкиот и интелектуалниот капитал, како и дали ја разбираат важноста на интелектуалниот капитал и дали сметаат дека може да се купи и дали сметаат дека интелектуалниот капитал во организациите во кои работат е соодветно вреднуван.

Вредноста на независната варијабла за посебната хипотезата 2 изнесува 1,87.

Зависната варијабла во втората посебна хипотеза е проверувана преку одговорите на прашањата 11, 15, 17 и 18, односно дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените, дали вработените сметаат дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла, како и дали преку транспарентно управување на интелектуалниот капитал ќе се зголеми мотивираноста на вработените и ќе дојде до пооптимално искористување на потенцијалите.

Вредноста на зависната варијабла за посебната хипотезата 2 изнесува 1,76.

Вредностите на варијаблите од посебна хипотеза 2 се прикажани на графикон 27.



Графикон 27. *приказ на вредностите на варијабли за посебна хипотеза 2*

Според добиените резултати може да се заклучи дека **посебната хипотеза 2 е потврдена**, односно дека доколку постои свесност кај вработените за важноста на интелектуалниот капитал, тогаш тоа води кон пооптимално искористување на потенцијалите во организацијата.

Преку потврдување на посебните хипотези 1 и 2 се потврди и генералната хипотеза**: Ако интелектуалниот капитал се менаџира и вреднува на соодветен начин, тогаш за организацијата ќе има многу бенефити во сите насоки на нејзиното функционирање.**

Со докажување на генералната хипотеза можеме да заклучиме дека доколку интелектуалниот капитал се менаџира и вреднува на соодветен начин, тогаш за организацијата ќе има многу бенефити во сите насоки на нејзиното функционирање. Со помош на емпириско истражување добиваме позитивен одговор на прашањето дали интелектуалниот капитал се вреднува на соодветен начин. Вреднувањето на интелектуалниот капитал, можеби е најважното нешто кое може да го направат менаџерите во една организација. Како што може да се забележи од добиените резултати од спроведеното истражување, во процесот на менаџирање интелектуалниот капитал постојано и соодветно се вреднува. Со самото негово соодветно вреднување менаџерските тимови ја зголемуваат вредноста на организациите. Дека е ова така, може да се забележи и од фактот што сите вработени даваат поголем придонес на работно место, каде што нивниот интелектуален капитал е соодветно вреднуван.

Целта на овој труд беше да се проучи дали интелектуалниот капитал се вреднува и менаџира на соодветен начин, како и да се провери дали организацијата има бенефит од него. Охрабрува фактот што според резултатите од анкетата, дури 78% од вработените се запознати со тоа што претставува интелектуалниот капитал. Меѓутоа, сепак, сметам дека оваа тема на нашите простори е недоволно позната поради тоа што 39% од испитаниците сметаат дека не постои разлика помеѓу човечкиот и интелектуалниот капитал, а исто така, 30%, воопшто, не знаат дали постои некаква разлика. Сепак, дури 60% се согласуваат дека интелектуалниот капитал е важен.

Според резултатите од анкетниот прашалник, само 33% одговориле дека во нивната организација постои планирање на интелектуалниот капитал и сметаат дека тој успешно се менаџира. 57% од анктираните лица се свесни дека интлектуалната сопственост која ја поседува организацијата може да ја зголеми неговата вредност. Според резултатите од спроведеното анкеирање, 48% од анкетираните сметаат дека во организацијата во која работат не постои заштита на интелектуалниот капитал, а 22%, воопшто, не знаат дали постои таква заштита. Според ова, треба да се забележи дека е потребно организациите да поработат на заштитата на интелектуалниот капитал, но и на информирањето на вработените за неговото постоење. Исто така, треба да се посвети внимание на организирањето одредени обуки за вработените со цел зголемување на интелектуалниот капитал, бидејќи само 24% од анкетираните лица одговориле дека организацијата во која работат организира обуки на вработените со цел зголемување на интелектуалниот капитал. За разлика од индивидуалното дообучување, половина од анкетираните лица одговориле дека организацијата во која работат учествува на семинари со кои се зголемува интелектуалниот капитал. Само 41% од анкетираните сметаат дека интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот, а 22% одговориле дека тој не може да се купи. Од ова можеме да заклучиме дека иако голем дел од вработените сметаат дека се запознати со значењето на треминот интелектуален капитал, сепак, во нашите организации под итно треба да се воведат разни обуки со кои вистински ќе бидат запознати со значењето на овој термин.

Вкупно 60% од анкетираните сметаат дека инелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата, а тоа, во овој момент, можеме да го сметаме за задоволителен резултат. Но, од друга страна, резултатите покажаа дека 54% од анкетираните лица не знаат дали интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла. 74% од анкетираните се согласуваат дека управувањето на

интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентната предност, а повеќе од половина сметаат дека транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените и води кон пооптимално искористување на потенцијалите и го зголемува имиџот на организацијата. Само 11% од анкетираните се изјасниле дека интелектуалниот капитал во организациите во кои работат е соодветно вреднуван.

Според сето досега изнесено може да се заклучи дека соодветното менаџирање и вреднување на интелектуалниот капитал придонесува за организацијата да има многу бенефити во сите насоки на нејзиното функционирање.

V ЗАКЛУЧОК

Интелектуалниот капитал на организациите е најважен фактор на создавање конкурентска предност, па токму затоа на неговото управување му се посветува огромно внимание. Интелектуалниот капитал во себе го содржи знаењето на вработените кое тие го претвораат во соодветна вредност на пазарот. Како главни особини на интелектуалниот капитал се издвојуваат: неопипливоста и материјалниот облик кој се гледа во имиџот, деловната култура, искуството и вештината во работењето, како и знаењето и способноста на вработените. Во денешно време интелектуалниот капитал придонесува за создавање на значително повеќе нови вредности во однос на традиционалниот капитал.

Цел на секоја организација која има современа економија е да има континуирани перформанси, но и секојдневно да работи на нивно подобрување. За да може една организација да опстане во денешниот турбулентен пазар, потребно е да биде способна да ја менува својата организација побргу од своите конкуренти, како и сè повеќе да се насочува кон нематеријалниот имот. Се согледува дека еден од

клучните елементи е интелектуалниот капитал чијашто важност доаѓа до израз од крајот на дваесетиот век. Оваа проблематика е достојна за внимание од страна на стручната и научната важност бидејќи токму тој, интелектуалниот капитал, е инкорпориран во сите организации.

Основниот проблем во овој труд за кој беше спроведено истражување беше да се провери дали менаџирањето и вреднувањето на интелектуалниот капитал придонесува за низа бенефити во организацијата. Истражувањето беше спроведено во организации од приватниот и јавниот сектор, од различна дејност, на територија на Република Северна Македонија. Учествуваа 92 испитаници од различна возраст, работен стаж, ниво на образование, работна позиција.

Од сето напишано во овој магистерски труд може да се заклучи дека успешното управување на перформансата на организациите се огледува во константното подобрување и прилагодување на барањата на пазарот. Перформансите се тие кои придонесуваат за опстанок, напредок и развој на организацијата и имаат своја квантитативна и квалитативна тежина. Специфичноста на управувањето на интелектуалниот капитал, како перформанса од посебно значење за организацијата, се гледа во тоа што не е возможно јасно да се квалификува вредноста на интелектуалните ресурси. Токму затоа е неопходно на правилен начин да се управува со перформансите на организацијата и да се опфатат сите субјективни и објективни фактори кои влијаат на нив.

Успешноста на современите организации не е утврдена само со искажаните финансиски извештаи. Во таа смисла е воочено дека најголемиот дел од вредноста на организацијата води потекло од таканаречениот скриен, неопиплив имот, па токму поради тоа треба да се посвети поголемо внимание на интелектуалниот капитал. Како главна цел на една организација треба да биде во блиска иднина да достигне најдобри можни перформанси.

Основно прашање е како да се измери интелектуалниот капитал, кога неговото соодветно мерење е прилично комплексно. Природата на интелектуалниот капитал може да биде релативна, бидејќи тоа што е вредно за едно организација, не мора да значи дека е вредно и за другите, тоа создава разлики во системите за мерење и се отежнува споредбата на организациите.

За да може да се согледа ефикасноста со работењето во организацијата, неопходно е да се изврши мерење, како на вредностите на вложените фактори на работење, така, покрај другото, треба да се измери и ефикасноста на менаџментот на

човечките потенцијали. Квантитативните показатели не се доволни за донесување заклучок за ефикасноста на менаџментот, бидејќи се однесуваат на минати активности, па затоа е неопходно да се земат предвид одредени квалитативни показатели заради добивање комплентна слика за ефикасноста на менаџментот.

Значителните разлики помеѓу книговодствената и пазарната вредност на организацијата иницирале развој на научен правец во кој книговодителите се обидуваат да ги унапредат системите на вреднување и известување сè со цел да создаде што е можно пообјективна слика за организацијата. Имајќи ги предвид различните методи за пресметување на најприближна вредност на неопипливите нематеријални категории, можно е да се воведе нивна паралелна употреба, односно да се изнајде приближна вредност. Значителното зголемување на пазарната вредност на организацијата во однос на неговата книговодствена вредност, се набљудува од перспектива на придонес на интелектуалниот капитал.

Нема сомнеж дека економскиот раст се темели повеќе на знаење, а помалку на материјално производство. Па, така, може да се заклучи дека задача на секоја организација е да пронајде знаење од кое ќе создаде интелектуален капитал, произведувајќи синергиска врска помеѓу составните елементи и создавајќи свои конкурентски предности. Интелектуалниот капитал е уникатен во оние организации, каде што има динамична технологија, високо ниво на знаење и краток циклусен живот на производите. Колку е поуникатен интелектуалниот капитал на една организација, толку поголеми препреки може да создаде на своите конкуренти. Кога еднаш ќе се постигне конкурентска предност која е заснована на интелектуален капитал, треба постојано да се вложува во образование, истражување, нова технологија, развој на вработените и т.н. Секое дополнително вложување во интелектуалниот капитал придонесува кон дополнителна конкурентска предност која, пак, од своја страна бара дополнително вложување. Веќе заклучивме дека вредноста на организацијата не се состои само од физичкиот и финансискиот капитал туку голем дел припаѓа на интелектуалниот. Интелектуалниот капитал е особено важен при создавање на организацијата, негово функционирање или одржување, како и при растот и развојот. Според досега кажаното, најважни фактори за економски развој на организацијата се информациите, интелектуалниот капитал, како и просторот и времето. Често се случува кога се зборува за интелектуален капитал да се подразбира целокупното расположливо знаење кое на пазарот се претвора во одредена вредност. Поинаку кажано, знаењето кое не создава одредена вредност не е интелектуален капитал.

VI ЛИТЕРАТУРА

1. Attainix Consulting – modifikovana šema od strane autora http://www.attainix.com/downloads/WhatIsIntellectualCapital.pdf, datum pristupa 23.04.2014.
2. Bontis, N., There's a Price On Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically, BusinessQuarterly;, Vol. 60 Issue 4, 1996.
3. Capital: Experience, Issues, and Prospects, Technical Meeting, Amsterdam, 1999. .
4. Cheung, C.F; Lee, W.B; Wang, W.M; Chu, K.F. ,S.To (2003): „A Multi-Perspective Knowledge Based System for Customer Service Management", Expert Systems with Applications, 24, 2003.
5. Cf.: Edvinsson L. & Malone, M.S.: Intellectual Capital: Realising Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower, Harper Collins, 1997.
6. Clarke, T; Rollo, C. (2001): „Corporate Initiatives in Knowledge Management", MCB University Press, Education and Training, Vol. 43, No. 4/5
7. Ĉupić, M; Suknović, M. (2010): „Odlučivanje", šesto preraĊeno i dopunjeno izdanje, Fakultet organizacionih nauka, Beograd.
8. Deželjin J.et al.: Poduzetnički menadžment - izazov, rizik, zadovoljstvo, M.E.P. Consult, Zagreb, 2002.
9. Drucker, P. (1991): „Inovacije i preduzetništvo", Privredni pregled, Beograd.
10. Đuriĉin, D; Janošević, S. (2009): „Strategijska analiza ljudskih resursa", Ĉasopis „Ekonomske teme", Ekonomski fakultet Niš, br. 1.
11. Figar, N. (2007): „Upravljanje resursima preduzeća", Ekonomski fakultet Niš
12. Garvey, B; Willianson, B. (2002): „Beyond Knowledge Management", Pearson Education, Ltd.
13. Intellectual Capital Statements – the New Guideline, Danish Ministry of Science, Tehnology and Innovation, Copenhagen, Denmark (2003)
14. J.C. Paye, "Policies for knowledge-based economy", OECD Observer, jan-juli 1996.
15. Jaganjac. J., Upravljanje intelektualnim kapitalom u kompanijama, Zenica, 2014.
16. Jeličić, K., Priručnik za upravljanje intelektualnim kapitalom u tvrtkama, Zagreb, HGK, 2003.
17. Karl Erik Sveiby A new organizational Wealth, Berret – Koehler Publishers, San Francisco, 1997.

18. Keely, B. (2010): „Ljudski kapital. Kako ono što znate oblikuje vaš ţivot“, OECD, Ministarstvo prosvete, Republika Srbija.
19. Leadbeater, C., London, D.: New Measures for the New Economy, International Symposium: Measuring and Reporting Intellectual.
20. Ling, Y. (2013): “The Influence of Intellectual Capital on Organizational Performance – Knowledge Management as Moderator”, Asia Pacific Journal of Management, New York: Springer, Volume 30, Issue 3.
21. Lucas, Robert E. (1988): “On the Mechanics of Economic Development,” – „За механиката на Економскиот Развој,“ Journal of Monetary Economics .
22. Malhatra, Y. (2000): “Knowledge Management for e-Business Performance – Advancing Information Strategy to Internet Time”, The Executive Journal, Vol. 16..
23. Mankiw, N. Gregory (1995): “The Growth of Nations," – „Растот на Нациите“. Brookings Papers on Economic Activity, 1995.
24. Marković, D; Ilić, B; Ristić, Ţ. (2010): „Ekonomija znanja: top menadţment i liderstvo znanja“, Etnostil, Beograd.
25. Milaĉić, V. R. (1999): „Intelektualni kapital – apologije ljudskog duha“, ECPD (Evropski centar za mir i razvoj), Univerzitet za mir Ujedinjenih nacija, Beograd,
26. Nonaka, J; Takenchi, H. (1995): „The Knowledge Creating Company“, Oxford University Press.
27. Petty, R; Guthrie, J. (2000): „Intellectual Capital“, Literature Review Measurement, Reporting and Management, The University of Hong Kong, Macquaire Graduate School of Management, Sydney, Australia.
28. Pew Tan, H; Plowman, D; Hancock, P. (2007): „Intellectual Capital and Financial Returns of Companies“, Journal of Intellectual Capital, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 8, No. 1.
29. Prof.dr.sc. D. Sundać i Prof.dr.sc. A. Pulić. Vidi knjigu: Intelektualni kapital - ključni resurs 21. stoljeća, I.B.C.C., Rijeka, 1997.(prvo izdanje), 2001. (drugo izdanje).
30. Rebelo, Sergio T. (1991): “Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth," – „Анализа на долготрајна политика и долготраен раст“. Journal of Political Economy.
31. Roslender, R. (2004): “Accounting for Intellectual Capital – Rethinking Its Theoretical Underpinnings”, Measuring Business Excellence, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 8, No. 1.

32. Stewart, T. A. (1997): „The Intellectual Capital, the New Wealth of Organization“, Doubleday, New York.
33. Subotić, J; Gajić, O; Lungulov, B. (2011): “Kvalitet visokog obrazovanja u društvu znanja: mogućnosti i perspektive”, Tematski zbornik radova XVII meĊunarodnog naučnog skupa Tehnologija kultura i razvoj, Udruţenje „Tehnologija i društvo“, Institut „Mihajlo Pupin“, Centar za istraţivanje razvoja nauke i tehnologije, Beograd i Ekonomski fakultet Subotica.
34. Sundać D., Švast N., INTELEKTUALNI KAPITALTEMELJNI ČIMBENIK KONKURENTNOSTI PODUZEĆA, Загреб 2009
35. Sundać D.: Znanje - temeljni ekonomski resurs, Ekonomski fakultet Rijeka, Svučilište u Rijeci, Rijeka, 2002.
36. Trifkovic Slobodan, Intelektualna svojina, Istrazivacko-izdavacki Centar, Beograd, 2007
37. Turajlić, S. (2011): „Celoţivotno obrazovanje – stanje i poţeljna strategija“, Tematski zbornik radova XVII meĊunarodnog naučnog skupa Tehnologija kultura i razvoj, Udruţenje „Tehnologija i društvo“, Institut „Mihajlo Pupin“, Centar za istraţivanje razvoja nauke i tehnologije Beograd i Ekonomski fakultet Subotica.
38. Urlich, D. (1998): „Intellectual Capital = Competence X Commitment“, Sloan Management Review, Winter 1998.
39. Vargas-Hernadez, J; Reza-Noruzi, M. (2010): „How Intellectual Capital and Learning Organization Can Foster Organizational Competitiveness?, International Journal of Business and Management, Canadian Center of Science and Education, Vol. 5, No. 4.
40. http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2006/ranking/
41. http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2016/ranking/
42. http://klminc.com/branding_brand-strategy/the-strategic-significance-of-brands
43. http://www.velimirsrica.com/EasyEdit/UserFiles/Prezentacije/ 24.01. 2017.

ПРИЛОГ 1

АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК

Почитувани,

Пред Вас е анкетен прашалник. Ве молиме внимателно да го прочитате и да одговорите на сите прашања. На тој начин Вие учествувате во научно – истражувачкиот проект „ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ“, што се спроведува на Меѓународниот славјански универзитет Г. Р. Державин, Свети Николе. Анкетата е АНОНИМНА. Податоците ќе се користат исклучиво во научни цели.

I.ПОДАТОЦИ ЗА АНКЕТИРАНИОТ

Пол: 1. Машко 2. Женско Возраст (години): _____

Работен стаж_____ Работна позиција_____

Степен на образование:_____

II. ПОДАТОЦИ ЗА ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ

1. Дали сте запознати што претставува интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

2. Дали според Вас има разлика помеѓу човечки и интелектуален капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

3. Дали ја разбирате важноста на интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

4. Дали во Вашата организација постои планирање на интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

5. Дали во Вашата организација се менаџира интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

6. Дали во Вашата организација успешно се менаџира интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

7. Дали интелектуалната сопственост што ја поседува организацијата може да ја зголеми вредноста на организацијата?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

8. Дали во Вашата организација постои заштита на интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

9. Дали Вашата организација организира обуки за вработените со цел зголемување на интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

10. Дали Вашата организација учествува на семинари со цел зголемување на интелектуалниот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

11. Дали интелектуалниот капитал е поврзан со перформансата на вработените?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

12. Дали интелектуалниот капитал е поврзан со финансискиот капитал?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

13. Дали интелектуалниот капитал може да се купи?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

14. Дали интелектуалниот капитал ја зголемува вредноста на организацијата?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

15. Дали сметате дека интелектуалниот капитал може да се измери во финансиска смисла?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

16. Дали управувањето со интелектуалниот капитал ја зголемува конкурентската предност?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

17. Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал ја зголемува мотивираноста на вработените?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

18. Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал води кон пооптимално искористување на потенцијалите?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

19. Дали транспарентното управување со интелектуалниот капитал го зголемува имиџот на организацијата?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

20. Дали интелектуалниот капитал во нашите организации е соодветно вреднуван?

а) ДА б) НЕ в) НЕ ЗНАМ

Ви благодарам!