

Časopis za poslovnu teoriju i praksu
Rad primljen: 23.04.2019.
Rad odobren: 24.05.2019.

338.242.2:330.342]:005.591.6
DOI 10.7251/POS1922237C
Pregledni rad

Čabilovski Đorđe, Ministarstvo odbrane Srbije, Novi Sad, Srbija, djcabilovski@gmail.com
Vukša Slavko, Alfa BK Univerzitet u Beogradu, Republika Srbija

UTICAJ TEHNOLOŠKOG PROGRESA I INOVACIJA NA EKONOMSKI RAZVOJ

Rezime: *Promene sa kojima se suočavaju kompanije na početku ovog veka rezultat su uticaja više faktora. Prvi faktor je globalizacija – ogroman porast razmene i raspoloživosti novih proizvoda i usluga, kao i dramatično povećanje mobilnosti inostranih investicija, kretanja ljudi i međunarodne konkurencije. Sledeći faktor je uticaj savremenih komunikacijskih tehnologija. Brze promene svih oblika tehnologije omogućavaju brz pristup brojnim načinima komunikacija, uz niske troškove, što vodi otvaranju tržišta potrošačima širom sveta. Ova dva faktora su uticala na promenu moći na tržištu, od proizvođača ka potrošaču ili krajnjem korisniku. U savremenom globalističkom okruženju ekonomija svake pojedinačne zemlje zavisi od posledica tehnološkog razvoja i primena inovacija.*

Ključne reči: *tehnologija, ekonomija, inovacija, efikasnost, ekonomski razvoj*

JEL klasifikacija: *A12, Q14*

UVOD

Implementacija novih tehnologija i inovacija ne izazivaju samo pozitivne efekte u ekonomiji i društvu, već postoje i mogućnosti za eskalaciju negativnih efekata. Održivo ulaganje je investicioni pristup koji na dugi rok integriše zaštitu životne sredine, društvo i upravljanje od strane države, odnosno njihove kriterijume za ulaganje i vlasničko odlučivanje sa ciljem stvaranja rizično prihvatljivih finansijskih prihoda. Cilj je da se ukaže na osnovne trendove u svetskoj ekonomiji, kao i mere za poboljšanje pozitivnih efekata tehnološkog razvoja. Tehnologija treba da da podršku ljudima u svim sferama društva, dajući im više informacija, više opcija, veći uticaj u svetu i veću kontrolu nad sopstvenim zdravljem i njihov uticaj na životnu sredinu. Tehnološke prednosti omogućavaju izuzetan nivo saradnje u realnom vremenu što znači da uticaj na te informacije nikada nije bio lakši (Bertomeu and Marinovic 2016, 10).

Najnovija istraživanja u svetskoj ekonomiji i međunarodna poslovna praksa je pokazala da postoji povezanost između unapređenja kvaliteta poslovanja i uspostavljanja i razvoja konkurentne sposobnosti poslovnih organizacija, kao i tendencije koje se baziraju, pre svega, na tehnološkom razvoju čiji su nosioci takozvani pioniri tehnologije i sve se više vodi računa da primenjene inovacije omogućavaju ne samo razvoj društva, već i da taj razvoj bude održiv (Bašić i Đorđević i Čočkalo i Bešić-Vukašinović 2014, 288).

Privredni razvoj je složen ekonomski i društveni proces kojim se jedna zemlja postepeno oslobađa ekonomske nerazvijenosti i siromaštva dostižući sve više razvojne nivoe. Čine ga dve osnovne komponente: privredni rast i promene u strukturi privrede. Privredni razvoj predstavlja ne samo kvantitativne promene, kada je u pitanju ekonomski položaj određene zemlje, već i kvalitativne promene (menjanje privredne strukture, pojava novih grana u

delatnosti, novih zanimanja i slično) koje vode ka boljem i potpunijem zadovoljavanju svih čovekovih potreba (ne samo ekonomskih već i npr. kulturnih). Porast proizvodnje po glavi stanovnika u ekonomskoj teoriji se izražava kao privredni rast bez kojeg nema privrednog razvoja, ali ne mora svaki privredni rast da bude u funkciji privrednog razvoja. Privredni rast obuhvata promene u materijalnoj proizvodnji u toku jednog relativno kratkog vremenskog perioda, najčešće period od godinu dana. U ekonomskoj teoriji pod pojmom ekonomskog rasta podrazumeva se godišnji porast materijalne proizvodnje iskazan vrednosno, kroz stopu rasta društvenog proizvoda ili nacionalnog dohotka. Rast se može ostvariti, a da se pritom ne ostvari razvojni tok privrede. Stoga, privredni razvoj ne uključuje samo porast materijalne proizvodnje, nego i svih drugih društveno-ekonomskih procesa i promena uslovljenih dejstvom ekonomskih i van ekonomskih faktora (Dodig i Kozić-Rađenović 2017, 229).

Savremeni privredni tokovi u svetskoj privredi, a pogotovu kretanja u okviru regionalnih integracija, postaju sve dinamičniji i unapred usmeravani, koordinacijom ekonomske politike u međunarodnim ekonomskim regionalnim integracijama. Naučno-tehnološka revolucija postavila je tehnološki faktor u ulogu najbitnijeg pokretača privrednog razvoja i pokrenula snažan proces reindustrijalizacije razvijenih zemalja Zapada i ne samo njih. U takvim uslovima, uz rast međuzavisnosti nacionalnih privreda i uz sve izraženiju potrebu opiranja američkoj i japanskoj konkurenciji (u pojedinim visokotehnološkim oblastima dominacije) gotovo je završen proces formiranja jedinstvenog unutrašnjeg tržišta, EU, odnosno evropskog privrednog prostora. Ekonomsko i tehnološko nadmetanje iz 1990-ih, između trijade (SAD, EU i Japan) i Kine, u koje se uključila i Rusija, za superiorniju ili što povoljniju poziciju u svetskom sistemu nastavilo se i u 21. veku.

Proces globalizacije, zahvaljujući prevashodno dostignućima sredstava saobraćaja i veza, pretvorio je našu planetu u „globalno selo“, odnosno u „svetsko društvo“. U suštini, globalizacija je složen proces kojim se obavlja tehnološko, ekonomsko i političko ujedinjavanje sveta, odnosno ovaj proces garantuje i sve veću homogenizaciju svih ljudskih društava nezavisno od njihovog istorijskog porekla i kulturnog nasleđa.

Standardizacija je suština procesa globalizacije svetske proizvodnje i trgovine. Samo prihvatanje standarda ne znači da su iščezle prepreke za njihovu potpunu i stvarnu primenu u svim zemljama.

Značaj međunarodnih aktivnosti preduzeća svake nacionalne ekonomije, a pogotovu malih zemalja, je nesumnjiv i ujedno ključni faktor razvoja i rasta u savremenim uslovima. Međutim, srpsko iskustvo je po mnogo čemu bilo tokom niza godina praćeno mnogim zabludama, negativnim rezultatima, opterećeno zastarelim pristupima i neefikasnim rešenjima (Vesić 2010, 135).

1. NOVE TENDENCIJE U POSLOVNOM OKRUŽENJU

Nova naučno-tehnološka revolucija, informatička tehnologija, sve više razvija međunarodnu podelu rada povezujući nacionalne ekonomije u jedinstvenu celinu preko svetskog tržišta. Današnji svet karakteriše dominacija transnacionalnih kompanija, snažno dejstvo države u privredi i globalizacija svetske privrede. Proces globalizacije počinje formiranjem ekonomskih integracija (EU, NAFTA i ASEAN). Između njih se vodi borba za dominaciju na svetskom tržištu u svetskoj privredi. To uslovljava internacionalizaciju proizvodnje i kapitala u cilju ostvarivanja profitnog interesa. Ovaj proces se intenzivira krajem 20. veka tako da finansijski kapital najrazvijenijih zemalja sveta uspeva povezati svaku tačku (nacionalnu ekonomiju, preduzeće) na zemaljskoj kugli, u jedno "globalno selo".

Danas se obično govori o svetskoj privredi, kao privredi transnacionalnih kompanija. Transnacionalne kompanije posle 80-ih godina 20. veka, kontrolišu preko 50% svetske proizvodnje, 2/3 svetske trgovine, 3/4 međunarodnog transfera tehnologije, s tendencijom daljeg rasta. Primetno je, da se interesovanje gotovo svih zemalja sveta prebacuje sa ideološko-političkog i vojnog kompleksa na ekonomsko-tehničko-tehnološki razvoj.

Zavisnost između zemalja uspostavlja se preko novih tehnologija i finansijskih tokova (izvoz kapitala i proizvodnje).

Imperativ razvoja nauke i tehnologije – informatička tehnologija, telekomunikacije, genetski inženjering, biotehnologija i sl. ubrzavaju proces globalizacije svetske privrede i dovode do međuzavisnosti u svetskoj privredi, koja se različito odnosi na razvijene i nerazvijene zemlje. Dovoljno je napomenuti da razvijene zemlje različito preferiraju saradnju sa ostalim zemljama. Njima odgovara saradnja oko snabdevanja sirovinama i energijom, jeftinom radnom snagom, korišćenje apsorpcionih mogućnosti tržišta.

Globalizacija kao permanentan proces dovela je do niza značajnih promena u poslovnoj politici preduzeća, organizacija i institucija. Razlog leži u samoj suštini procesa globalizacije koju karakteriše univerzalizacija, homogenizacija i unifikacija sveta po nekim značajnim principima, odrednicama i normama ponašanja, kao i afirmacija eastuće uzajamne povezanosti i uslovljenosti između pojedinih zemalja, regiona i velikih kompanija (Drašković i Jović 2006, 121). Iako globalizacija ima za cilj stvaranje jedinstvenog svetskog tržišta, ona nosi sa sobom i neke veoma značajne negativne posledice, posebno za nerazvijene zemlje sveta. Tako se na primer, veći deo trgovine odvija unutar tri pomenute integracione celine – regiona (Evropska unija, NAFTA, Azijska unija) a ne između zemalja koje pripadaju različitim integracionim celinama.

Od svih nedostataka globalizacije, najbolnji je problem jaz između bogatih i siromašnih. Prema statističkim podacima, odnos između prihoda 20% najbogatijih i 20% najsiromašnijih zemalja se smanjio sa 15:1 na 13:1 u poslednjih trideset godina. Uz to, samo poređenje nije najbolje jer okosnicu globalizacije ne čini baš 20% najbogatijih zemalja, nego znatno manji broj, gde najznačajnije mesto ima 6–7 (grupa G-7 najrazvijenijih zemalja sveta). Tako globalizacija uvećava moć transnacionalnih kompanija, pogotovo kada se zna da neke transnacionalne kompanije imaju veće prihode od pojedinih država, mada i ova poređenja imaju nedostatak jer se poredi različiti podaci, prodaja i BDP.

Ipak, najveća zamerka globalizaciji je to što je ona ocenjena kao pogubna za radnike. Krilitaca biće više posla nosi sa sobom smanjenje plata. Radnici manje mogu uticati na uslove rada, a pregovaračka moć im opada. I sa ove strane, većina ulaganja odlazi u bogate zemlje. Tako je, na primer, 81% sredstava koje je Amerika plasirala van zemlje u zemljama koje imaju visoka primanja, a manje od 1% odlazi u zemlje gde su lični dohoci niski, mada su plate koje daju transnacionalne kompanije u zemljama sa niskim i srednjim ličnim primanjima u proseku 1,8 do 2 puta veća od prosečnih plata u tim zemljama.

Informatička revolucija i snažan razvoj tehnologije i komunikacija doprinose visokom stepenu pokretljivosti kapitala koji doprinosi razvoju bogatih, a destabilizuje zemlje u razvoju i tranziciji. Čim se uoče prvi oblici krize, bogate zemlje, zahvaljujući mobilnosti kapitala, uspevaju da izvuku svoj kapital, što onda krizu još više produbljuje i ubrzava, dok je u nekim zemljama povlačenje kapitala od strane transnacionalnih kompanija bila kap koja je prelila čašu i izazvala ozbiljne ekonomske krize (Petrović 2006, 35).

Za uključivanje privrednih subjekata u međunarodne tokove ekonomska politika treba da stvori određene preduslove: motivisanost preduzeća za obavljanje međunarodnog poslovanja, marketing orijentisanost preduzeća, na domaćem i globalnom tržištu, adekvatna razvijenost međunarodnog informacionog sistema, orijentisanost preduzeća na efektivnost, a ne samo na efikasnost poslovanja, strateški pristup međunarodnom tržištu rada, usluga, kapitala i informacija, sprega tehnološke i marketing strategije i inovacije u strategiji i strukturi preduzeća.

2. GLOBALIZACIJA I RAZVOJ SRPSKIH PREDUZEĆA

U organizaciji privrede kao i trci za sticanje konkurentskih prednosti, svetski trendovi afirmišu kvalitet a ne kvantitet rasta. Strateški alijanse su vrlo atraktivna ali i nužna forma

savremenog privređivanja. Uključuju vrlo složen proces istraživanja i upravljanja uopšte a ne samo promenama (Vesić 2010, 144).

Strategijske alijanse se formiraju u cilju proširenja tržišta i stabilizacije privređivanja privrednih subjekata. Ovim alijansama se ostvaruje sinergija po osnovu kombinovanja asimetričnih kompetentnosti, te pacifikuju konkurenciju (mrežom unakrsnog vlasništva i eliminisanjem partikularizma).

Strategijske alijanse preko dinamizma suprotnosti interesa čine obazrivim sve uključene partnere i time doprinose bržem privrednom razvoju. U tom smislu strategijske alijanse mogu da odigraju značajnu ulogu u osposobljavanju jugoslovenskih preduzeća za efikasno uključivanje u svetske procese kretanja kapitala i transfera tehnologije. Osim toga, njihovim efikasnijim korišćenjem treba da doprinese svojinsko transformisanje naših preduzeća i tome prilagođen sistem upravljanja (smanjenja transakcionih troškova, umesto pojedinačnog nastupa naših preduzeća). Zatim, strategijske alijanse doprinose stvaranju tehnoloških i vertikalnih mreža, konzorcijalnih sporazuma, naročito u oblasti istraživanja i razvoja.

Globalizacija tržišta izaziva internacionalizaciju poslovanja i globalizaciju preduzeća. Razvojno ponašanje preduzeća je uslovljeno stanjem tržišta proizvoda i kapitala, razvojem inovacija i organizacionih formi. Uglavnom, u savremenim uslovima (pretežno kao trka za sticanje konkurentskih prednosti) sve više se potvrđuje kvalitet, a ne kvantitet rasta preduzeća. Nagli razvoj tehnologije, s jedne strane, i liberalizacija zakonske regulative s druge strane, afirmišu povezivanje preduzeća u stalnoj težnji da se prilagođavaju poslovnom okruženju, i u tom pravcu preduzeća povezivanjem (jačanjem međusobne zavisnosti) povećavaju konkurentsku poziciju na tržištu.

Dakle, pod uticajem globalizacije, stvaraju se strategijske alijanse i koalicije na osnovu kojih (putem sinergije) se povećava rast svih preduzeća uključenih u poslovne alijanse. Upravo strategijske alijanse pretpostavljaju vrlo fleksibilne oblike strategije (marketing aranžmani, licenciranje, istraživanje i razvoj, nabavka, franšizing, zajednička ulaganja, konzorcijumi i slično) u smislu: povećanje obima prodaje (proširivanjem granica tržišta), pristup savremenim tehnologijama, sinergetski efekti (kombinovanje asimetričnih prednosti firmi), pristup retkim resursima, relativiziranje (olakšanje) uslova ulaska na nova tržišta, intenziviranje međunarodnog poslovanja - kapitala i znanja.

Strategijske alijanse su, dakle, vrlo fleksibilna i atraktivna forma za realizaciju razvojnog ponašanja preduzeća. Kombinovanje ekonomije obima i ekonomije širine sve više zahteva drugačije poslovanje i organizacione aranžmane kojima se samostalnost i samodovoljnost preduzeća svesno podređuje propulzivnijem privređivanju. Dakle, umesto konkurentskih sudara zasnovanih na soliranju, traže se putevi koji će voditi pacifikaciji konkurencije, odnosno ispomaganju u otklanjanju barijera. Uključena preduzeća imaju mogućnost kombinovanja asimetričnih prednosti tako da obezbede obostrane koristi u nastupu na nova tržišta, s jedne strane, i tehnološka područja, s druge strane. Time se sve više afirmišu modaliteti kombinovanog rasta, umesto čistog internog ili esternog rasta (Vesić 2010, 145).

Razvojno ponašanje preduzeća se sve više oslanja na veći broj partnera i specijalne oblike saradnje, u cilju da očuva svoju vitalnost, odnosno da poveća otpornost na udare sa tržišta. U tom smislu razvojno ponašanje preduzeća i unutrašnja konfiguracija su u korelaciji sa relativizovanom samostalnošću, samodovoljnošću i granicama eksternog rasta. Savremeno preduzeće ostvarivanjem sinergije može da ostvaruje puteve svoga razvoja širokim spektrom mogućnosti, koristeći asimetriju u odnosima među delovima, suptilne manevre na planu restruktuiranja poslovnog portfolia i zasnivanja veza sa okruženjem.

Prema tome, strategijske alijanse sve se više javljaju kao racionalan oblik razvojnog ponašanja savremenog preduzeća u njegovom nastojanju da se prilagodi izmenjenim tržišnim, tehnološkim i društvenim trendovima. Procesi proliferacije poslovanja i razvezivanja preduzeća vode ka ustanovljavanju raznih oblika saradnje u realizaciji određenih poduhvata. Brojnost formi i potencijalnih partnera omogućavaju da se kroz alijanse obezbedi široka skala koristi za uključene partnere (Petković i Vukotić i Čabilovski 2017, 358).

Oblici saradnje u alijansama, utvrđuju se zavisno od prirode posla i očekivanih rezultata. Tako one mogu obuhvatiti: sporazumno ulaganje kapitala (jedne u akcije druge firme), licenciranje, franšizing, zajednička ulaganja, pružanje pomoći u proizvodnji, marketingu, istraživanju i razvoju.

Uglavnom se koristi od alijansi mogu klasifikovati kao sledeće (Petković i Vukotić i Čabilovski 2017, 359): (1) Olakšanje pristupa tržištu prodaje i nabavke (sporazumna realokacija pojedinih proizvoda): kombinovani nastup na određena tržišta uz prevazilaženje barijera, promocija određenih proizvoda uz čvršće aranžmane, otvaranje, razvoj i kontrola kanala distribucije, ostvarivanje stabilnijih i kvalitetnijih izvora, snabdevanje sirovinama, komponentama i proizvodnim uslugama; (2) Efikasnije upravljanje proizvodnjom (neutralisanje uskih grla, usavršavanje proizvodnih procesa i transfer proizvodnog *know-how*): ravnomernije zapošljavanje kapaciteta, korišćenje superiorne kompetentnosti partnera, promocija novih proizvodnih procesa (pronalazaka); (3) Koristi na području upravljanja proizvodom (uvećanje vrednosti proizvoda odnosno efikasnije kompliciranje ponude): blagovremen razvoj proizvoda i iznošenje proizvoda na tržište (licenca ili drugi oblik), efikasnije kreiranje istraživačke i marketing pomoći (dispersija rizika), obezbeđenje distribucije i postprodajne usluge, smanjenje troškova proizvodnje i marketinga u kompletiranju standarda, povećanje imidža proizvoda (zajedničkim oglašavanjem); (4) Jačanje i efikasnije upravljanje tehnologijom (skupa i neizvesna tehnološka istraživanja lakše podnose alijanse): unakrsnim licenciranjem razvodnjavaju se troškovi, proširuje se istraživački horizont, obezbeđenje kritične mase istraživača, involviranje više partnera (brži proces difuzije inovacija), podsticaji za efikasniju realizaciju istraživanja; (5) Sticanje i jačanje upravljačkog i organizacionog know-how: razvoj novih upravljačkih znanja, promocija nove kulture i organizacije poslovanja, unapređenje internog preduzetništva; (6) Jačanje finansijske snage: određeni aranžmani povećavaju ili ubrzavaju priticanje prihoda: značajno se smanjuju određeni izdaci za finansiranje pojedinih aktivnosti, razvodnjavanje troškova i rizika olakšava finansijsku poziciju; (7) Jačanje razvojnog potencijala: interni faktori (proizvodnja, marketing, istraživanje i razvoj), eksterni faktori (prevazilaženje barijera ulaska u grane, korišćenje anticipiranih mogućnosti).

Korišćenje alijansi za svrhe jačanja tržišne snage preduzeće može da se svede na (Petković i Vukotić i Čabilovski 2017, 365): (1) Individualno ispomaganje: pomaganje partnerima (potrošači, distributeri, snabdevači, konkurenti) sa osnovnom idejom da se pomažući njima pomogne sebi u osiguranju ili proširivanju tržišta prodaje i nabavke; (2) Stvaranje "strategijskih mreža" (kolektivne snage): preko višestranog povezivanja grupe nezavisnih firmi, nastoji se obezbediti zajednička korist, mreže koje su zasnovane na vertikalnom povezivanju (odnosno dodajnoj vrednosti koja otpada na svakog partnera u lancu), mreže za zajedničko korišćenje tehnologije, mreže za realizaciju multidisciplinarnih institucija, mreže koje se zasnivaju na unakrsnom vlasništvu.

Konstantan protekcionizam u razvijenim zemljama, koji je evidentan, uprkos stalnoj priči o slobodnoj trgovini, u stvari je rezultat stava koji prevladava u razvijenim zemljama da je liberalizacija zapravo činjenje ustupaka drugim zemljama. Najbolji primer za ovo je uvođenje carina na uvoz čelika od strane Američke administracije i protivmere EU i drugih zemalja.

Najnovija analiza kretanja BDP-a u svetu i odabranih regiona i zemalja pokazuje da recesija slabi i da razvijene ekonomije pokazuju znatan oporavak. Predviđa se da će ukupna svetska proizvodnja porasti za 3,5% u 2019. godini (Bojić i Joldić 2018, 220). Ukupna globalna potrošnja, posebno u zemljama u razvoju, pokazuje pozitivan trend poslednje godine, a isto se očekuje za tekuću godinu i naredni period. Međutim, još uvek je visoka stopa nezaposlenosti, i postoji opasnost od inflacije, posebno zbog intenzivnog ubrizgavanja finansijskog kapitala.

Vlade svih zemalja u borbi za finansijsku i ekonomsku stabilnost moraju da uzmu u obzir predviđanje takozvanog sledećeg talasa. Ovi talasi se odnose na ekonomski i socijalni razvoj koji se očekuje u narednim godinama, posebno posle najnovije svetske ekonomske i finansijske krize.

Da bi bila konkurentna na globalnom tržištu Evropa mora da stvori veći kvalitet i mnogo inovativnije proizvode i usluge. Konkurentnost nije izolovan fenomen već interdisciplinarna pojava, koja proizilazi iz internog i eksternog okruženja i povezuje poslovnu strategiju, makroekonomsku politiku, pravnu i regulatornu reformu, obrazovanje, motivisanost menadžmenta i radnika i mnoštvo ostalih ekonomskih, poslovnih i društvenih faktora na stvaranju jedinstvenog strategijskog plana i politike konkurentnosti u cilju stvaranja veće dodate vrednosti (Bojić i Joldić 2018, 220-221). Veća produktivnost je osnova za uspostavljanje dobrog društvenog modela. Novi poslovi i nove veštine koje se razvijaju, kao i tehnologija, inovacije, demografske promene i klimatske promene, prouzrokuju nove potrebe i zahtevaju nove strategije. Turbulencije i izlazne strategije ubrzavaju ekonomsko restrukturiranje.

Promene u ponudi radne snage

Sve ovo utiče na vrste veština i kvalifikacija kadrova koji će biti potrebni. Planirani rezultati neće biti korisni samo za one koji se bave politikom već i za ljude koji traže ili imaju potrebe da promene obrazovanje i obuku ili karijeru, zatim za one koji sprovode obrazovanje i obuku, zatim za agencije koje se bave zapošljavanjem i za same kompanije i za ostale vrste preduzeća i institucija. Ukoliko svi budu bolje informisani, onda će i njihove odluke u vezi sa ulaganjem u znanje i veštine biti efikasnije.

Prepoznavanje veština je važan zahtev koji ljudi u obrazovanju i obuci moraju da ispune kao i omogućavanje mobilnosti kadrova.

Kretanja u ponudi veština radne snage ka što višim kvalifikacijama

Budući broj ljudi i kvalifikacije koje poseduju su uglavnom predodređene demografskim razvojem i obrazovanjem i odlukama o obuci. Ove odluke su već donete, tako da većina mladih ljudi starosti od 15 do 24 godine, su još uvek u procesu sticanja kvalifikacija (David and Aghion, 2008, 11). Trend ukupne ponude merene brojem radno aktivnih ljudi (preko 15 godina starosti) sa visokim i srednjim nivoom kvalifikacija ostaje pozitivan.

Značajna povećanja su projektovana za one koji su kvalifikovani. Predviđa se da će potreba za radnom snagom sa niskim nivoom kvalifikacija opasti za oko 15 miliona, dok se očekuje da u 30 evropskih zemalja (EU i Norveška i Švajcarska) u isto vreme broj osoba sa visokom stručnom spremom biti oko 16 miliona. Takođe se očekuje da ponuda onih sa srednjim obrazovanjem, uglavnom strukovnih, poraste za oko milion, i oni će i dalje činiti većinu evropske radne snage (Stojanović 2011, 273). To će se ogledati u efektima da mlađi ljudi koji će se pojaviti na tržištu radne snage poseduju veće kvalifikacije, dok će manje kvalifikovani stariji ljudi napuštati oblast aktivne radne snage.

Uprkos recesiji visoko i srednje kvalifikovana radna snaga će uvek imati veće mogućnosti da nađe posao nego oni sa nižim kvalifikacijama. Rezultati predviđanja takođe nagoveštavaju, da će mnogi ljudi sa višim i srednjim nivoom kvalifikacija raditi na poslovima sa nižim nivoom kvalifikacija (Stojanović 2011, 274).

Istaknuti predstavnici pionira novih tehnologija

Poslednjih godina informacione i komunikacione tehnologije dramatično menjaju svet, omogućavajući porast inovacija i produktivnosti, povezujući ljude i društva i povećavajući standarde života i mogućnosti u celom svetu. Dok menjaju način individualnog života, interakcija i rada, informaciono komunikacione tehnologije takođe su se dokazale kao ključni preduslov za dostizanje konkurentnosti i ekonomske i socijalne modernizacije, a takođe kao važan instrument za uklanjanje ekonomskih i socijalnih podela i smanjivanja siromaštva.

Svaka država, institucija, odnosno socijalna grupa, u poslednjih 10 godina menja način svoje interakcije sa ciljevima tehnologija (David and Aghion 2008). Na primer vlade koje su se samo koncentrisale na konkretne predmete kao što je gradnja infrastrukture i obezbeđivanje pristupa građanima, počinju da shvataju da tehnologija po sebi nije tako važna kao društveno ekonomski rezultati koja ona može pojačati, preko zdravstvenih programa, elektronske usluge i forme elektronskih mreža koje obuhvataju digitalnu tehnologiju.

Posedovanje saznanja za informaciono komunikacione tehnologije nije samo način za smanjivanje troškova i mnogo efikasnijih operacija već i kritičan način da se otvori dijalog sa potrošačima i drugim učesnicima, putem svih vrsta digitalne komunikacije, mobilnog advertajzinga, digitalnog marketinga, društvenih mreža i elektronske trgovine. I potrošači se navikavaju na novi stalno uključeni digitalni svet posebno generacije C, koji su spojeni, komuniciraju, sadržajno usmereni, kompjuterizovani, društveno orijentisani, potrošači rođeni posle 1990. godine.

NRI – *Networked Readiness Index* (indeks koji meri sposobnost i afinitet zemalja da iskoriste mogućnosti koje daju informacione i komunikacione tehnologije), za period 2009/2010 pokazuje, da je Švedska na prvom mestu, zatim Singapur pa Finska itd., dok se Srbija nalazi na 93 mestu, iza svih zemalja u okruženju, osim Bosne i Hercegovine.

Socijalne mreže

Rastući broj tehnoloških pionira, kao na primer „Twitter“, upotrebljavaju tehnologiju da osnaže pojedinca, menjajući društvo u hodu. Ono što je izvesno, političari upotrebljavaju društvene medije da bi dobili izbore i došli na vlast. Kao na primer, u toku izbora predsednika SAD zapošljava se oko 100 ljudi da rade na novim medijima u toku izborne kampanje. Oni koriste društvene mreže kao što je „Facebook“ da mobilišu milione volontera širom zemlje da sakupljaju novac i sprovode kampanju. Takođe, novi predsednik Čilea, zahteva od celog kabineta da počnu sa korišćenjem twittera. Na osnovu podataka iz štampe mnogi svetski političari koriste usluge društvenih mreža.

Porast korišćenja društvenih mreža doveo je do promene hijerarhija, i sada je mnogo više aktivnosti sa podnožja ka vrhu, nego što je ranije bilo sa vrha ka podnožju. I upravo je „Twitter“ jedan primer kako se, zahvaljujući tehnologiji, snaga i moć pomera ka periferiji. Socijalno umrežavanje pomaže spasilačkim ekipama i lekarima na terenu i čini ih mnogo efikasnijim. Pogotovo u jako nerazvijenim zemljama na području Afrike i Azije. To sve može doprineti poboljšanju ljudskog zdravlja i širenju kulturnih uticaja. Sa druge strane to zahteva od svih kompanija da shvate da se, zahvaljujući tehnološkim inovacijama, mnogo više moći transferiše „u ruke kupaca“, pa tako sve kompanije moraju da ponovo procene svoj odnos prema kupcima (Milićević i Arsić i Milićević 2014, 125).

Zanimljiv je primer jednog autora koji je po završetku svog književnog dela umesto da ga objavi na tradicionalni način, on svoje delo publikuje preko socijalne mreže. Ovo mu je omogućilo momentalno elektronsko objavljivanje a zatim i privuklo izdavača koji je prihvatio da ovu knjigu klasično štampa i izda. Nove tehnologije omogućavaju da se izbegnu prepreke koje sprečavaju da proizvodi i usluge lako dospevaju do kupca.

Moć saradnje i preuzimanje odgovornosti

Jedan od pionira tehnologije koji se specijalizovao za energetska efikasnost ima nameru da potrošnju energije približi uslovima prodaje u supermarketu, a to je, da se omogući da potrošnja energije ima svoje sastojke, svoju namenu i svoju cenu, a ne da se nakon 30 ili 40 dana dobije račun za potrošenu energiju gde postoji samo dug i nikakve druge informacije. Upravo novo primljena informacija od energetskog sektora omogućuje potrošačima isti nivo informacija koja dobijaju u super marketima i motivisace ih da prave pametnije izbore o njihovoj upotrebi energije.

Tehnološki razvoj, same tehnologije i inovacije omogućavaju ljudima da saraduju i da se povezuju na nove načine, utičući kako na poslove tako i na humanitarne delatnosti (Bojić i Joldić 2018, 221).

Kompanije koje su svrstane u takozvane pionire tehnologije takođe omogućavaju i podstiču ljude da razumeju tačno koliko energije troše i da preuzmu mnogo više odgovornosti za smanjenje potrošnje energije, i na taj način uštede novac i pomognu smanjivanju negativnih uticaja na životnu sredinu. Primer za to je kompanija koja analizira rad mašina, upotrebljavajući algoritme, da bi omogućila suštinsko sagledavanje potrošnje energije. Na taj način se omogućava upoređenje sopstvene potrošnje energije sa potrošnjom suseda ili drugih kompanija i daju se saveti o tome kako da se smanji potrošnja energije.

Grupa pionira tehnologije iz 2018. godine je omogućila potrošačima i kompanijama mnogo više kontrole nad njihovim uticajima na zaštitu životne sredine na više načina.

Interesantno je da pioniri tehnologije od kada se zvanično evidentiraju, a to znači pre 11 godina, imaju isti broj kompanija koje koriste ekološki prihvatljive tehnologije, kao i broj IT kompanija. Ovo nije slučajno, zato što pritisak da se postane mnogo više energetski efikasan, nikada nije bio veći za kompanije i ne samo zbog zakonodavstva, već i zbog potrošača, pa kompanije moraju da budu evidentirane kao društveno odgovorne. U tome nam pomažu pioniri tehnologije. Pojedini daju ljudima nove ekološke opcije prilikom konstrukcija kuća ili fabrika, koristeći različite tehnologije da bi izgradili ekološki prihvatljive objekte. Međutim, potencijalne opasnosti od uključivanja u globalno tržište ne zaobilaze ranjivosti nacionalnih privreda na globalne fluktuacije proizvodnje i zaposlenosti, negativan uticaj na distribuciju dohotka, pogoršavanje ekoloških problema, i drugo.

Zaštita životne sredine, društveno i korporativno upravljanje, i ESG, jesu tri glavne oblasti koje se uzimaju u obzir kao osnovni faktori u merenju održivog razvoja i etičkih posledica investicija u kompanije ili druge poslove, i kada se svi ti faktori uzmu u obzir imamo takozvano društveno odgovorno investiranje. Efekti ESG fokusa mogu pomoći da identifikujemo nove mogućnosti za poboljšanje profita, na primer kod novih „zelenih“ proizvoda i usluga, zatim, smanjenju troškova, kao što je na primer eliminacija gubitaka i neefikasnosti, u proizvodnom procesu.

Tehnologije pomažu pojedincima da preuzmu odgovornost za sopstveno obrazovanje. Očekuje se da u narednih 10 godina svi tekstovi budu u elektronskom obliku, i oni će biti isporučivani preko poboljšanih elektronskih čitača. Studenti, ma gde se nalazili, biće u mogućnosti da preuzmu akreditovana Web video predavanja, koja će biti vođena od strane najboljih svetskih predavača. Tako je jedan od predstavnika pionira tehnologije razvio algoritam koji pomaže studentima da pronađu najbolji online sadržaj i odgovarajući modus za učenje, prilagođavajući obrazovni sadržaj svojim individualnim potrebama.

Određivanje tehnoloških pionira bazira se na sledećim kriterijumima:

1. Inovacija; kompanija mora biti stvarno inovativna, nove verzije prepakovanih ili već dobro prihvaćena tehnološka rešenja se ne kvalifikuju kao inovacije. Inovacija i njena tržišna uloga mora da bude nova. Kompanija mora značajno da investira u istraživanje i razvoj.
2. Potencijalni uticaj; kompanija mora da ima potencijal koji će suštinski na dugi rok da utiče na poslovanje i/ili na društvo.
3. Rast i održivost; kompanija mora da prikaže potencijal sa kojim će ostvariti dugoročno liderstvo na tržištu i da ima dobro formulisane planove za budući razvoj i rast.
4. Dokaz koncepta; kompanija mora da ima proizvod za tržište ili da ima dokazanu praktičnu primenu tehnologije. Kompanija koja nije eksponirana, sa neproverenim idejama ili modelima nije kvalifikovana da bude tehnološki pionir.
5. Rukovodstvo; kompanija mora da ima vizionarsko rukovodstvo, koje igra odlučujuću ulogu u vođstvu kompanije ka zacrtanim ciljevima.

3. AKTUELNA PITANJA TEHNOLOŠKOG PROGRESA I INOVACIJA

Globalizacija je prisutna u celom svetu uključujući i područje na kome mi živimo. Jednostavno rečeno globalizacija i tranzicija su međusobno povezani (Bahar i Hausmann i César 2014; Duvnjak 2018) tim pre što se putem tranzicije oživljava tržište i privatno vlasništvo kao preduslov demokratizacije društva. Stoga vlade svesno menjaju politiku smanjenja i eliminisanja prepreka da bi se kretanje robe, kapitala i usluga nesmetano odvijalo, pogotovo kada vlast kroz sopstveno delovanje sazna koliko ih takve barijere koštaju. S druge strane, moćne kompanije menjaju svoju strategiju poslovanja i stavljaju akcenat na rast profita kroz smanjenje troškova, a ne preko povećanja cena roba i usluga.

Konkurentnost na međunarodnom planu zahteva od kompanija da domaće pozicije pretvore u međunarodne, odnosno da imaju globalnu strategiju nastupa.

Strategija nastupa na inostranim tržištima kao osnovu treba da ima sistem prikupljanja, obrade i distribucije informacija o izvoznim tržištima, odnosno metode selekcije tržišta i proizvoda za data tržišta. Kompanija treba da u strategiju nastupa ugradi informacije o pojedinim tržištima i strukturi tražnje na njima (uz odgovore na pitanja koji proizvodi traže promociju u odnosu na plasman na određenom tržištu i na koja tržišta mogu i treba da se izvoze njihovi proizvodi).

U savremenoj privredi zadovoljenje potreba i zahteva određenih tržišnih segmenata ponekad prevazilazi mogućnosti pojedinačne kompanije, posebno u nastojanju da se obezbedi značajna konkurentna prednost na određenom tržišnom segmentu.

Jedna od osnovnih specifičnosti prilagođavanja kompanije tržišnom ambijentu jeste povećanje pregovaračke moći na tržištu. Kompanija može kroz dugoročnu saradnju, da poveća svoju stabilnost i uticaj na tržištu i to putem povećanja nivoa zadovoljavanja potreba velikih kupaca, stvaranjem zajedničkog imidža, statusa i većeg učešća na tržištu.

Svaki stepen internacionalizacije biznisa predstavlja i označava neku formu razvojnog napretka i menadžmenta i kompanije. Tipičan pravac zdravog razvoja mnogih kompanija polazi od lokalnog ka nacionalnom (zemaljskom); od nacionalnog ka inostranom (međunarodnom), od međunarodnog ka globalnom. Preduzetničke kompanije koje uspeju da prevaziđu početne pragove razvoja koje im nameće poslovanje na inostranom tržištu, dolaze u situaciju da svoj biznis stabilizuju i ustale, i da potom po osnovu prostorne diverzifikacije i ekonomije obima koje ostvaruju obezbede rentabilno poslovanje sa trajno rastućim prinosima. Osvajanje inostranog tržišta za mnoge velike kompanije procesnog (industrijskog i sličnog) karaktera jedino je rešenje ukoliko žele razvoj. Ponekad se samo penetracijom (prodoranjem) na inostrano tržište mogu stvoriti neophodni uslovi za prevazilaženje ekonomskih, tehnoloških, tržišnih i/ili drugih pragova razvoja sa kojima se suočavaju. Bez savlađivanja tih pragova ove kompanije ne bi mogle da posluju uspešno i da se razvijaju.

Brojne firme iz raznih grana poslovanja čak najveći deo svojih prihoda, svoga profita i/ili zaposlenosti ostvaruju na strani – u zemljama u kojima otvaraju svoje poslovne punktove različitog tipa, ili pak u zemljama u kojima, kroz razne vidove poslovne kooperacije sa domaćim (lokalnim) firmama obavljaju i razvijaju određeni biznis.

Sasvim je jasno da u savremenom društvu, kao i pre njega, postoje nejednakosti. Stoga i ne čudi da postoje različite perspektive razvoja, pa i u ovom savremenom društvu. Razlike, kada se pogledaju trenutni nivoi razvoja, u perspektivama su više nego velike. Zbog toga se mora odvojeno govoriti o perspektivama razvijenih, srednje razvijenih i nerazvijenih zemalja. Razvojne perspektive ne pripadaju samo razvijenim zemljama, međutim utiču na sve globalne društvene promene.

Razvijene zemlje su se prirodno i same nametnule kao lideri kreiranja ne samo svoje, već i budućnosti čitavog sveta. Najbolji pokazatelj takvog pristupa je globalizacija, fenomen savremenog društva koji upravo odslikava savremenog (zapadnog) čoveka. Ona takođe ima za cilj ne samo da pokaže jak uticaj razvijenih (zapadnih) sila na svet i svetske tokove, već i da ih ustoliči kao nosioce društvenog razvoja. U sferi kulture insistira se na stvaranju građanina sveta, a to dovodi do homogenizacije ukusa, stvaranja obrazaca u oblačenju, ishrani i stilu života. Objektivno sagledavajući sliku globalizacije sveta ne može se tvrditi ni samo jedno ni samo drugo. To je priča o svetloj i tamnoj strani globalizacije. Tamna, destruktivna strana postepeno postaje nadmoćnija, dobija preteće razmere, pretvara savremenu arenu u "svetsko društvo rizika". Konstantan protekcionizam u razvijenim zemljama koji je evidentan, uprkos stalne krilatice o slobodnoj trgovini, je u stvari rezultat stava koji prevladava u razvijenim zemljama da je liberalizacija zapravo činjenje ustupaka drugim zemljama. Najbolji primer za ovo je uvođenje carina na uvoz čelika и алюминијума od strane Američke administracije i protiv mere Kine, EU i drugih zemalja.

Na međunarodnom tržištu ne konkurišu države već kompanije, pa je kvalitet menadžera bitna pretpostavka za ostvarenje konkurentne prednosti u određenoj grani. Menadžment mora biti dugoročno, a ne kratkoročno orijentisan da akcentira inovaciju proizvoda, procesa i marketing metoda, da se sprema na prihvatanje podnošljivih rizika i da je spreman na poslovnu saradnju sa preduzećima iz drugih zemalja. U granama koje imaju globalni karakter, konkurentna prednost će sve više zavisiti od sposobnosti menadžmenta, a ne kao što je do sada bio slučaj od rada i kapitala, kao i raspoloživih prirodnih faktora. Međunarodna prednost često se koncentriše u ograničenim industrijskim granama i još ograničenijim segmentima. Takođe, inovativno orijentisan menadžment će tražiti i nalaziti nove tehnologije, uočavati potrebe za nekim proizvodima i uslugama, sagledavati mogućnosti za novim izvorima i institutima proizvodnje i sl. Stepennost inovativnosti, u dobroj meri zavisi od konkurentnosti privrede. Zaštićene grane i preduzeća od inostrane konkurencije nemaju sklonost ka inovaciji.

Ni Srbija ne može biti isključena iz procesa globalizacije. Njen slučaj je pun kontroverzi. Razlozi za kašnjenje, su vezani pre svega za ostatke planske ekonomije i ne do kraja sprovedene privatizacije društvenog sektora privrede.

Uključivanje u međunarodne privredne tokove i međunarodnu podelu rada je suštinski deo strategije privrednog razvoja Srbije, gde susedne zemlje imaju poseban značaj. Zemlje Jugoistočne Evrope, a među njima i Srbija, se nalaze u fazi radikalnih društvenih i ekonomskih reformi, i u meri ostvarivanja tih reformi ostvarivaće se i ovi ciljevi, najpre preko Pakta za stabilnost Jugoistočne Evrope, do punopravnog članstva u EU. Proučavanju faktora regionalnog rasta i ekonomske konvergencije (divergencije) regiona moguće je prići iz različitih uglova. Neki autori smatraju da su postulati teorije lokacije i teorije regionalnog rasta i razvoja od presudnog značaja u postupku vrednovanja faktora regionalnog rasta (Capello and Perucca 2015, 223). U zavisnosti od prihvaćene koncepcije prostora, razlikuju se ključni pokretači regionalnog razvoja. Na produktivnost faktora i veličinu dohodovnih multiplikatora dominantan uticaj imaju međuregionalna alokativna efikasnost i unutarregionalni multiplikativni mehanizmi (Stimson and Stough and Nijkamp 2011, 10).

Globalnu ekonomiju u savremenim vremenskim okvirima, karakteriše rastuća međuzavisnost nacionalnih privreda (Dodig i Kozic-Radenović 2017, 229). Najnovija analiza kretanja svetske privrede ukazuju na slabljenje recesije, ali još uvek postoji visoka stopa nezaposlenosti i opasnost od inflacije zbog intenzivnog ubrizgavanja finansijskog kapitala. Za samu Evropu je bitno da stvori inovativnije i kvalitetnije proizvode i usluge. Tekuće turbulencije i potreba za izlaznim strategijama ubrzavaju celokupno ekonomsko restrukturiranje. Promene u ponudi radne snage kretaju se ka potražnji za višim kvalifikacijama. Informaciono komunikacione tehnologije dramatično menjaju svet, povezujući ljude i društva, povećavajući standard života i dokazuju se kao ključni preduslov za dostizanje konkurentnosti i ekonomske i društvene modernizacije, a takođe kao važan instrument za uklanjanje ekonomskih i socijalnih podela i smanjivanje siromaštva ali i pružaju zastrašujuće mogućnosti manipulacije i zloupotreba.

Svaka država, institucija i socijalna grupa u poslednjih 10 godina menja način svoje interakcije sa ciljevima i rezultatima tehnologije. Odnos tehnologije i ekonomije ukazuje na mogućnost da se otvori dijalog i sa ostalim učesnicima u ovoj interakciji, i da se pojačaju društveno-ekonomski rezultati i izbegnu moguće negativne posledice.

ZAKLJUČAK

Danas, kompanije moraju biti spremne za novu eru koja zahteva efikasnije i podsticajnije upravljanje novim tehnologijama i inovacijama. Mnoga istraživanja potvrdila su da kompanije, koje prihvataju izazov upravljanja inovacijama, postaju prestižnije i uspešnije na tržištu u odnosu na svoje konkurente. Proširenje Evropske unije stavlja pred Srbiju potrebu da prepozna nove tehnološke procese i inovacije kao neophodan uslov za izlazak iz faze usporenog razvoja. Danas su mala i srednja preduzeća „generator“ savremenih privreda zbog

doprinosu koji se ogleda u tehnološkim inovacijama, zapošljavanju, povećanju izvoza, dinamiziranju konkurencije, itd. Sposobnost malih i srednjih preduzeća da inoviraju je od velikog značaja, jer inovacije obezbeđuju konkurentsku prednost preduzeću, grani u kojoj posluju, kao i privredi u celini. Nova i postojeća inovativna MSP doprinose povećanju ukupne produktivnosti i konkurentnosti privrede, istiskujući manje efikasna preduzeća sa nižom produktivnošću. Inovativna MSP učestvuju u protoku znanja u okviru inovacionih sistema, sve manje kao pasivni korisnici znanja, a sve više kao značajan izvor znanja. Inovacija je moćno sredstvo za nova mala preduzeća da uspešno uđu na tržište i promene postojeće stanje, a omogućava i postojećim preduzećima da putem inovacija održe ili poboljšaju svoj položaj na tržištu. Inovativna MSP učestvuju u protoku znanja u okviru inovacionih sistema, sve manje kao pasivni korisnici znanja, a sve više kao značajan izvor znanja.

Inovacije predstavljaju novi pristup rešavanju problema, koji često podrazumeva inkrementalne, revolucionarne promene u načinu razmišljanja, proizvodima, procesima ili organizacijama. Da bi bila efektivna, inovacija treba da bude jednostavna. Inovativnost je svojevrsni mentalni stav koji fokusira preduzeće da vidi ispred sadašnjosti, u budućnost. Cilj inovacija je pozitivna promena. Inovativno preduzeće mora imati konzistentnu tehnološku strategiju. Merenje inovativne efikasnosti je vrlo kompleksno, ali i značajno jer se na taj način ukazuje na položaj jedne zemlje. Poslednjih godina MSP poseban značaj posvećuju problemu inoviranja. Jedan od puteva napretka za Republiku Srbiju je i investiranje u znanje, to je put ka održivoj privredi i društvu.

Društveno-ekonomske promene, koje prate ubrzan naučno-tehnološki razvoj, posebno ekspanzija modernih tehnologija, zahtevaju visoko obrazovane ljude koji su u stanju da efikasno funkcionišu u društvenim procesima i koriste raspoloživu tehnologiju. U društvu znanja, preduzeća i nacionalne ekonomije konkurentsku prednost baziraju na znanju i iskorišćavanju potencijalnih šansi i mogućnosti za čiju je realizaciju neophodno. Zbog toga su osnovni razvojni ciljevi najrazvijenijih zemalja povećanje ulaganja u IR i inovativne aktivnosti kroz kontinuirano učenje i obrazovanje ljudskih resursa.

LITERATURA

1. Bahar, Dany and Hausmann, Ricardo and César A Hidalgo. 2014. "Neighbors and the evolution of comparative advantage of nations: Evidence of international knowledge diffusion?" *Journal of International Economics*. 180:169–172.
2. Bertomeu, Jeremy and Marinovic, Ivan. 2016. A Theory of Hard and Soft Information. *The Accounting Review – A Journal of the American Accounting Association*. 91 (1): 1-20.
3. Bešić, Cariša i Đorđević, Dejan i Čočkalović, Dragan i Bešić-Vukašinović, Dolores. 2014. "Analiza uloge upravljanja kvalitetom u procesu unapređenja konkurentnosti preduzeća". *Poslovne studije*. 11-12: 288-299.
4. Bojić, Borislav i Joldić, Nenad. 2018. "The importance of location competitiveness for economic development." *Business Studies*. 10(19-20):227-234.
5. Capello, Roberta and Perucca, Giovanni. 2014. Openness to Globalization and Regional Growth Patterns in CEE Countries: From the EU Accession to the Economic Crisis. *Journal of Common Market Studies*. 53 (2): 218-236. doi: 10.1111/jcms.12157.
6. David, Paul and Foray, Philippe. 2008. *Technology and Innovation for Economic Growth: Linking Policy, Research and Practice in STIG Systems*. Stanford University, Harvard University: Munich Personal RePEc Archiv.
7. Drašković, Veselin i Jovović, Radislav. 2006. "Globalizacija u ekonomskom kontekstu". *Montenegrin Journal of Economics*. 3: 75-88.
8. Dodig, Igor i Kozic-Radenović, Biljana. 2017. "Sharing economy and marketing aspects of its development". *Business Studies*. 17-18: 229-248.

9. Duvnjak, Valentina. 2018. "Coping with Crisis in the EU Periphery: The Case of Bosnia and Herzegovina." *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*. 20(2): 196-210.
10. Milićević, Violeta i Arsić, Ljiljana i Milićević, Zoran. 2014. "Inovacije kao neophodan uslov za izlazak Srbije iz faze usporenog rasta". *Ekonomski pogledi*. 3: 125.
11. Petković, Mirko i Vukotić, Nataša i Čabilovski, Đorđe. 2017. "Uticaj globalizacije na strategijske alijanse i mreže organizacija na svetskom tržištu". *Vojno delo*. 5:358-374.
12. Petrović, Pero. 2006. *Privatizacija – iskustva Srbije i zemalja u tranziciji*. Beograd: Čigoja štampa.
13. Stojanović, Žika. 2011. "Aspekti uticaja tehnološkog progressa i inovacija na ekonomski razvoj". *Zbornik radova Tehnološkog fakulteta u Leskovcu*. 20: 270 – 277.
14. Stimson, Robert and Stough, Roger and Nijkamp, Peter. 2011. "Endogenous Regional Development: Perspectives, Measurement and Empirical Investigation". *The Journal of the Romanian Regional Science Association*. 6(1):89-92.
15. Vesić, Dobrica. 2010. "Uticaj globalizacije poslovanja na privredni sistem Srbije". *Međunarodni pregled*. 1: 136-164.